

LA VENTE COMMERCIALE dite “VENTE A MONOPOLE”

THÈSE POUR LE DOCTORAT EN DROIT
présentée et soutenue le 6 Juin 1942 à 14 heures

PAR

Paul JEANCOURT-GALIGNANI

JURY :

Président : M. SOLUS, professeur.

Suffragants { M. AMIAUD, professeur.
M. LE BALLE, professeur.

PARIS
LIBRAIRIE DALLOZ
11, Rue Soufflot, 11

1942



LA

VENTE COMMERCIALE

dite “VENTE A MONOPOLE”

**La Faculté n'entend donner aucune approbation ni improbation
aux opinions émises dans les thèses; ces opinions doivent être
considérées comme propres à leurs auteurs.**

INTRODUCTION

Depuis le commencement du ^{xix}^e siècle, les grandes découvertes scientifiques, et surtout leur mise en application, les facilités de déplacement et de communication, l'exploitation rationnelle du globe, les bouleversements monétaires, ont donné un tel essor à la richesse, ont fait apparaître des possibilités si incroyables cinquante ans auparavant, que l'économie humaine a atteint une complexité et une ampleur dont nous n'avons conscience que depuis peu. Le nombre, l'importance, l'enchevêtrement des intérêts qui se joignent ou s'affrontent ont fait éclater les vieux cadres juridiques, et aujourd'hui la pratique met à notre disposition les contrats les plus variés, les plus souples, les plus propres à faciliter les transactions.

La plus courante de celles-ci, que l'on pourrait appeler la transaction type, est sans aucun doute la vente. Quelle richesse, quelle diversité dans les différentes formes de ventes que notre Droit français — pour ne parler que de celui-là — met à la disposition des commerçants ou des simples particuliers ! Nous sommes loin du *mutuum* formaliste du Droit romain primitif, et même du contrat de vente de notre ancien Droit ; certes, les Dumoulin, les Loisel, les Pothier ne manquaient pas d'imagination, de subtilité, encore moins. Il n'est que d'approfondir la matière des rentes constituées, laborieusement perfectionnée de génération en génération sous l'ancien régime, pour s'en persuader.

Mais la matière des échanges, commerciaux ou non, était simple. L'économie était limitée, canalisée, lente,

et la nécessité d'une gamme de contrats de vente ne se faisait pas sentir. S'il en avait été besoin, soyons sûrs qu'elle aurait existé. Cela est si vrai que les contrats de ventes maritimes, déjà très spécialisés, existaient dans l'ancien Droit, et même en Droit romain. Mais le grand commerce maritime ne s'est-il pas développé dès que le bassin oriental de la Méditerranée a commencé de s'éveiller à la civilisation ? Usant d'une formule biologique qui s'applique d'une façon heureuse à l'évolution des institutions juridiques, nous pouvons dire que la nécessité avait créé l'organe.

Parmi les différents contrats de vente, il en est un qui, né récemment, s'est peu développé et n'est guère connu : c'est la vente à monopole.

Bien souvent, les ouvrages consacrés à la vente n'en parlent pas, ou à peine ; quand ils le font, c'est avec une nuance de dédain. Loin d'être une vedette de premier plan des études de droit, il est effacé, peu en vue : c'est un parent pauvre. Mieux : pour beaucoup, il est d'essence suspecte et de mauvaise foi.

Ceci demande une explication.

En quoi consiste la vente à monopole ?

Le vendeur à monopole, agissant lui-même ou plus généralement par l'intermédiaire d'un représentant, propose le monopole de la vente de son produit à un commerçant de détail, pour un certain territoire et pour un temps limité, à condition que ce dernier lui achète ferme une certaine quantité de marchandise.

Tels sont les traits essentiels de la combinaison, sur lesquels viennent habituellement se greffer des clauses variées, accordant des avantages plus étendus à l'une ou l'autre partie, ou précisant leurs obligations.

Il suffit cependant de s'en tenir aux éléments les plus simples pour apercevoir toute la valeur économique de cette sorte de vente.

Elle permet au vendeur de simplifier la répartition

et la distribution de sa marchandise. On sait combien est délicate cette partie de l'organisation commerciale dans une entreprise, et combien il est difficile, à moins d'entretenir à grands frais de nombreux démarcheurs, de placer au mieux des produits dans toute une région. Grâce à la vente à monopole, il suffira de sélectionner quelques commerçants sérieux, qui assureront un débouché appréciable dans une vaste circonscription. Ils l'assureront avec d'autant plus d'efficacité qu'il sera de leur intérêt de revendre un stock acheté et non reçu en dépôt. L'acheteur, de son côté, pourra trouver dans la vente à monopole une source de profits considérables. L'exclusivité du produit attirera chez lui une clientèle étendue. Souvent, ce sera pour un fonds de médiocre importance, ou en sommeil, l'occasion d'un retour à une période d'activité et de prospérité.

Mais le champ d'application du procédé est restreint. Le monopole est sans intérêt dans les campagnes, dans les cantons ruraux à population clairsemée et fruste ; il perd également sa valeur dans les très grandes villes, où la clientèle est habituée à trouver chez son fournisseur de quartier tous les produits qu'elle désire, ou que lui font désirer les artifices de la publicité. Le monopole ne se conçoit pas non plus pour des objets de haut prix, que le détaillant refusera d'acheter ferme en grandes quantités, ni pour des objets d'usage extrêmement courant, ou de qualité médiocre ; dans ce dernier cas, en effet, les acheteurs se refuseraient, consciemment ou inconsciemment, à faire l'effort nécessaire pour se rendre jusque chez le concessionnaire.

Le monopole, avons-nous dit, exige le déplacement de l'acheteur. Deux conséquences découlent de cette proposition : il faut que l'acheteur soit averti, d'où la nécessité absolue d'une bonne publicité ; il faut ensuite que le déplacement en vaille la peine, d'où la nécessité d'une marchandise de très bonne qualité.

Le concessionnaire d'un monopole pourra vendre un produit agricole nouveau dans un bourg où se tiendra un marché hebdomadaire et une foire deux fois par an. Dans une ville de moyenne importance, il pourra, aux approches de l'hiver, détenir un appareil de chauffage perfectionné, d'un rendement exceptionnel. Ce pourra être un épicier qui sera seul à écouler un apéritif ou un vin que l'on cherche à « lancer » dans la région.

Mais, si les deux conditions de publicité et de qualité ne sont pas réunies, la combinaison ne peut se solder que par une perte pour le détaillant.

Or, il faut le reconnaître, la vente à monopole a souvent été exercée malhonnêtement, et les contrats, habilement rédigés par des vendeurs sans scrupules, ont alors servi à tromper de petits commerçants, à qui l'on extorquait parfois des sommes assez fortes. Et c'est sous ce jour qu'elle est presque toujours apparue devant les tribunaux, à la suite de protestations des victimes. Sous ce jour, et non pas sous celui d'un arrangement humble mais honnête, conclu entre un petit industriel cherchant à écouler au mieux un produit encore peu connu et un commerçant de province heureux de s'assurer une supériorité au moins passagère sur les quelques concurrents qu'il compte dans son bourg ou sa petite ville.

Les décisions, assez nombreuses, des tribunaux sur des ventes à monopole frauduleuses expliquent que des esprits mal avertis aient considéré que ce genre de contrat était entaché de mauvaise foi *a priori*. Et comme, naturellement, on ne peut élever au rang d'institution de la pratique une combinaison par essence dolosive, la vente à monopole est généralement restée dans l'ombre, malgré sa très réelle utilité économique.

On se demande souvent si on ne pourrait pas comparer ce contrat à ceux qui lient à certaines grandes firmes industrielles leurs agents exclusifs.

A vrai dire, les agents des marques d'automobiles,

de machines à coudre, de matériel agricole lourd, ou d'autres industries similaires, ne sont, en général, que des dépositaires. Ils ont bien un monopole pour un temps déterminé et un certain territoire ; mais ils n'ont pas acheté ferme les voitures ou les machines qu'ils proposent à la clientèle. La différence profonde de nature juridique des deux combinaisons apparaît immédiatement. Dans un cas, il y a vente ; dans l'autre, dépôt.

Cependant, certaines grandes firmes, dans la branche des huiles et pétroles, notamment, ont avec les détaillants à qui ils accordent l'exclusivité de leur marque des contrats d'après lesquels ceux-ci sont tenus de leur acheter ferme la marchandise avant de pouvoir l'écouler eux-mêmes.

Malgré les apparences, nous ne pouvons classer de pareilles conventions dans les ventes à monopole. Il y a bien vente ferme, il y a bien monopole, mais celui-ci n'est pas présenté au détaillant comme un avantage ; c'est plutôt une contrainte que la grande marque lui impose en échange de la faveur qu'elle lui fait en lui permettant de vendre son produit. « Vous voulez vendre mon essence ? dira à un garagiste une compagnie pétrolière. Soit, mais à une condition : vous ne vendrez plus d'essence d'une autre marque sans mon consentement. » Ce sont des contrats où entrent des firmes puissantes, mettant en jeu de gros intérêts, et qui sont du domaine des « grandes affaires ».

L'esprit de notre vente à monopole est tout différent. Non seulement elle a lieu généralement entre gens de condition modeste, mais le vendeur *propose* le monopole à l'acheteur, si celui-ci veut bien lui *faire la faveur* d'un achat assez important.

En résumé, la vente à monopole est d'une utilité économique indiscutable, mais dans un champ d'application limité. Son bon fonctionnement exige une probité

absolue. Or, elle a souvent servi à réaliser des opérations frauduleuses, voire des escroqueries, qui, ayant créé des situations juridiques presque sans issue, ont donné lieu à d'intéressantes constructions jurisprudentielles, que nous exposerons dans la suite de cette étude.

Dans une première partie, nous préciserons les conditions de formation et de validité de cette forme de vente, et nous décrirons les manœuvres frauduleuses employées par les vendeurs de mauvaise foi.

Dans une deuxième partie, nous étudierons les moyens auxquels les tribunaux ont recours pour sanctionner ces agissements, et dans quelle mesure la répression pourrait être accentuée.

PREMIÈRE PARTIE

De la formation du contrat de vente à monopole et de ses effets

CHAPITRE PREMIER

CONDITIONS DE VALIDITÉ OBLIGATIONS DÉCOULANT DU CONTRAT

Nous n'avons pas à revenir sur le rôle économique de la vente à monopole ; nous l'avons exposé plus haut, et nous avons montré que, s'il ne s'agit pas d'une institution de premier plan, son efficacité n'est pas discutable dans le domaine du petit commerce de province et de la petite industrie.

Pratiquement, la transaction se fera de la façon suivante : le cadre sera généralement une ville de peu d'importance ; les parties, un modeste détaillant et un voyageur représentant un petit industriel, ou un grossiste cherchant à placer une marchandise nouvelle. Le représentant vendeur proposera au détaillant l'achat d'une certaine quantité d'un produit encore peu connu, mais de qualité irréprochable, à un prix normal, et rentrant dans le cadre de son commerce. Devant l'hésitation de l'acheteur, le vendeur offrira un contrat de monopole : à la seule condition que le détaillant lui signe un bon d'achat ferme pour une quantité assez importante de marchandise, sa maison lui concédera pour un an le monopole de la revente dans la ville, le canton ou l'arrondissement, et fera, à ses propres frais, une publicité sérieuse, par affiches, prospectus, annonces dans les journaux locaux, voire démonstrations gratuites devant le magasin de détail.

Contrat et bon d'achat étant signés, la maison ayant

envoyé confirmation de la vente, si la marchandise possède des qualités réelles, si la clause de monopole est observée, et surtout si la publicité promise est faite, il est infiniment probable que le commerçant écoulera la marchandise sans difficultés et, de plus, attachera à son fonds une notoriété qu'il avait peut-être recherchée en vain jusqu'alors.

Les exemples ne manquent pas dans la pratique de contrats de vente à monopole parfaitement valables, conclus par des représentants honnêtes, dans un esprit de bonne foi parfaite. Et, lorsque de semblables conventions sont évoquées devant les tribunaux, c'est, généralement, du fait de la mauvaise foi du détaillant acheteur, qui cherche à se libérer d'une obligation devenue gênante.

C'est ainsi que la maison Lebault, du Havre, s'était fait concéder pour deux ans le monopole de la vente du rhum Chauvet dans la région du Havre par la maison Renard ; en considération de ce monopole, elle s'engagea à acheter et à se faire livrer pendant ce laps de temps 7 200 litres de rhum. A l'expiration des deux années, la maison Lebault n'avait commandé que 3 600 litres ; assignée en condamnation à se livrer du reliquat, elle opposa avoir toujours cru qu'il s'agissait seulement d'un dépôt. Satisfaction fut donnée à la maison Renard, demanderesse, par le Tribunal de Commerce du Havre, qui estima que le contrat était clair, qu'il n'y avait eu ni *dol* ni erreur, que le prix était normal ; à ses yeux, la maison Lebault cherchait « à dénaturer l'esprit du marché » pour écarter les conséquences d'un engagement commercial qu'elle n'avait pas su remplir (1).

(1) Trib. Comm. Le Havre, 10 mars 1890. *Rec. Le Havre*, 1890, 1, 109. Dans ses attendus, le tribunal s'exprime ainsi :

« Attendu que les termes du contrat intervenu entre les parties ne donnent prise à aucune ambiguïté ; que, si Renard a usé de tolérance à l'égard de Lebault et C^{ie} en n'exigeant pas l'exécution stricte des conditions, ceux-ci ne sauraient se prévaloir de ce procédé pour se soustraire

Gruson et Nion, droguistes au Havre, achètent ferme à la Société Le Sab 300 douzaines de bouteilles de détacheur « Le Sab » ; le prix de revente imposé est 8 fr. 50 le flacon ; le monopole de la vente est concédé aux acheteurs pour Le Havre et la région pendant un an ; le vendeur s'engage à assurer une publicité sérieuse.

Au bout de quelques mois, Gruson et Nion s'aperçoivent qu'ils ont mal estimé leurs possibilités ; bien que de bonne qualité, le détacheur ne se vend pas suffisamment pour que le lot soit entièrement écoulé en un an. Ils ne peuvent s'en prendre qu'à eux-mêmes de cette mauvaise affaire. Mais ils ont appris que, parfois, la vente à monopole avait un caractère frauduleux ; ils se sont renseignés sur les procédés généralement employés par ceux qui exploitent la crédulité et la naïveté des commerçants ; ainsi dûment informés, ils vont essayer de se débarrasser de ce contrat devenu trop lourd, en arguant de la mauvaise foi du vendeur. Ils assignent la Société Le Sab en résiliation de conventions et en restitution de traites, et, pour étayer leur demande, ils affirment qu'ils ont été l'objet de manœuvres dolosives, et que la clause de publicité, point essentiel de la combinaison, n'a pas été observée.

Le Tribunal de Commerce du Havre les déboute. Il constate que les demandeurs sont des commerçants actifs et avertis, et qu'il s'agissait d'un produit rentrant dans les spécialités de leur commerce. Le contrat était clair, et a été signé en toute connaissance de cause ; la qualité du produit est bonne ; au surplus, contrairement à ce qui se passe parfois, les juges se déclarent incompétents pour l'apprécier. Enfin, le vendeur a exécuté sa promesse de publicité : peu de jours après la signature

à des obligations formellement stipulées, et pour dénaturer l'esprit du marché ;

« Qu'il y a eu vente, et que Lebault et C^{ie} considèrent à tort comme un quasi-droit ce qui n'était qu'une complaisance du demandeur. »

du contrat, il a envoyé des prospectus, des affiches timbrées, et a soutenu une petite campagne d'annonces dans les feuilles locales et les grands quotidiens (1).

Voici, enfin, un cas de vente à monopole irréprochable dans un petit bourg de la Sarthe :

Le sieur Cador, commerçant à Foulletourte, avait acheté à un sieur Quennehen une assez forte quantité de marchandise, suivant contrat de vente à monopole. Peu de temps après, il avait assigné Quennehen devant le Tribunal Civil de La Flèche, motif pris de ce que sa signature avait été surprise, et qu'au surplus il s'agissait d'une vente « à monopole » ; il avait obtenu gain de cause. Quennehen ayant fait appel, la Cour d'Appel d'Angers infirma le jugement entrepris ; dans son arrêt, elle rappelle implicitement que cette sorte de vente n'est pas nulle *a priori* ; elle constate que la bonne foi de Cador n'a pu être surprise, s'agissant « de marchandises de vente courante, rentrant dans le commerce habituel

(1) Trib. Comm. Le Havre, 6 mai 1929. *Gaz. Trib.*, 29 octobre 1929. Dans l'exposé des motifs, on relève notamment les attendus suivants : « Attendu que Gruson et Nion prétendent enfin que la publicité promise au contrat n'a pas été faite, et que, la Société Le Sab n'ayant pas exécuté ses engagements quant à ce, la résiliation de la vente doit être prononcée ;

« Attendu que la Société Le Sab justifie que, dès le 7 janvier 1929, c'est-à-dire peu de jours après la signature du contrat, elle a fait à Gruson et Nion un envoi de 1 500 dépliant, 75 découpages et 3 000 prospectus, sur lesquels les acheteurs n'avaient qu'à apposer le cachet de leur maison ;

« Que, le 16 janvier, elle les avertissait avoir pris un arrangement avec les plus importantes maisons françaises pour une publicité lumineuse dans toute la France, et spécialement au Havre, où leurs indications seraient suivies, s'ils en donnaient ;

« Que des affiches furent imprimées, et que Gruson et Nion en reçurent une vingtaine sur leur demande ;

« Que des annonces parurent en janvier, février et mars 1929, dans *Le Matin*, *Le Journal*, *Le Petit Parisien* et *Le Petit Journal*, et de décembre 1928 à mars 1929 dans plusieurs grandes revues féminines, telles que *Vogue*, *Femina*, *Chiffons*, ainsi que dans la presse cinématographique ;

« Attendu qu'en ce qui concerne plus spécialement Le Havre trois annonces parurent dans le *Journal du Havre*, les 19 janvier, 2 et 16 février 1929. »

de Cador, que le prix en est normal, et que le fait que Quennehen ait accordé à Cador l'exclusivité de la vente de ses marchandises pour la commune de Foulletourte ne saurait à lui seul vicier le contrat en l'absence de toute manœuvre dolosive, manœuvres qui n'apparaissent nullement au cas actuel (1) ».

Du côté du vendeur, l'acte de commerce a été loyal, et, s'il a cherché à faire une affaire suivant une formule encore inusitée dans la région, il a agi sans aucune arrière-pensée de dol. Peut-être est-ce au contraire chez l'acheteur qu'il faudrait rechercher l'intention frauduleuse, le désir de dénouer le lien d'un contrat moins avantageux qu'il ne l'avait pensé.

Voici donc des exemples, tirés de la Jurisprudence, de ventes à monopole parfaitement valables et proposées par le vendeur dans un esprit de loyauté commerciale irréprochable. Bien au contraire, nous l'avons vu, ce sont parfois les détaillants acheteurs qui cherchent à jeter sur leurs cocontractants un discrédit qui leur permettra de se libérer d'obligations qui ont cessé de leur convenir.

Mais les tribunaux ne connaissent jamais que des conventions dont l'exécution rencontre des difficultés ; des ventes à monopoles ont lieu fréquemment, qui donnent toute satisfaction à ceux qui y souscrivent, et il va sans dire qu'on n'en entend point parler.

Ceci pourrait expliquer que, jusque vers 1930, les différentes juridictions aient considéré que la vente à monopole était *a priori* frauduleuse. Bien mieux, lorsqu'elles se trouvaient en présence d'une opération conclue de bonne foi, elles se refusaient à la désigner sous l'épithète de « vente à monopole », estimant que cette expression désignait seulement une combinaison à base

(1) Angers, 20 décembre 1933. *Gaz. Pal.*, 1934, 1, 261.

de tromperie, ou un contrat synallagmatique dans lequel une des parties avait, dès l'origine, l'intention de ne pas exécuter son obligation (1). Il y a même l'exemple d'une espèce visant un contrat qui était indiscutablement une vente à monopole valable, dans laquelle les juges n'employèrent pas une seule fois l'expression consacrée, jugeant sans doute, eux aussi, que ces mots étaient réservés aux agissements d'aigrefins (2).

Pour la doctrine aussi, la vente à monopole ne peut être que le fait de voyageurs de commerce sans scrupules, agissant pour le compte de maisons décidées à écouler par tous les moyens de médiocres produits ; l'acheteur est par définition une dupe, et l'institution ne sera étudiée que sous l'angle des moyens de défense dont il pourra user (3).

C'est là ne voir qu'une face de la question, et, malgré l'explication que nous en avons donnée, on peut être surpris de cette étroitesse de vues.

Mais, vers 1930, les tribunaux paraissent évoluer, et faire le départ entre les conventions loyalement faites et les combinaisons proches de l'escroquerie.

En 1932, le Tribunal de Commerce de Marseille, saisi d'une demande en paiement de traite acceptée à la suite d'une vente à monopole, déclare dans les attendus de son jugement qu'une telle vente n'est pas nulle en soi ; pour qu'elle puisse être attaquée par l'une des parties, il faut que l'autre se soit rendue coupable de dol, de tromperie, ou n'ait pas fait honneur à ses engagements (4).

La Cour d'Appel d'Angers, réformant en 1933 un

(1) Trib. Com. Seine, 1^{er} décembre 1925. *Gaz. Pal.*, 1926, 1, 491. — Trib. Comm. Le Havre, 6 mai 1929. *Gaz. Trib.*, 29 octobre 1929.

(2) Trib. Comm. Le Havre, 10 mars 1890. *Rec. Le Havre*, 109, 1, 1890.

(3) AMIOT, La vente à monopole. *Annales de Droit commercial*, 1906, p. 293.

(4) Trib. Comm. Marseille, 30 juin 1932. *Rec. Marseille*, 1932, 1, 32. Le sieur Vincent avait assigné la veuve Hugues en paiement d'une traite de 3 705 fr. 40, dernière de plusieurs traites tirées sur elle en paiement de marchandises achetées suivant un contrat de vente à monopole. La dame

jugement du Tribunal de première instance de La Flèche, qui, semble-t-il, en était resté à la conception systématiquement frauduleuse de la vente à monopole, pose le principe que cette forme de vente constitue un contrat valable en soi, et qu'en l'absence de toute tromperie ou inexécution de clause il n'y a pas de raison pour en prononcer la nullité (1).

L'auteur d'une note sous un jugement du Tribunal de Commerce du Havre du 7 novembre 1934, rapporté à la *Gazette du Palais*, rappelle que le contrat de vente à

Hugues est condamnée, et, dans les motifs du jugement, le tribunal précise :

« Attendu que les ventes de cette nature ne sont pas nulles de plein droit ; qu'elles ne sont susceptibles d'être attaquées par la voie de la nullité ou de la résiliation que dans les cas de dol ou d'inexécution de la part du vendeur, quand, de ce dernier chef, notamment, celui-ci ne remplit pas ses obligations pour la publicité ou la réclame promises. »

(1) Angers, 20 décembre 1933. *Gaz. Pal.*, 1934, 1, 261 (Affaire Quennehen contre Cador). Cet arrêt a nettement influencé la Jurisprudence en la matière ; cette raison nous a déterminé à en rapporter *in extenso* les motifs :

« Attendu que c'est à tort que les premiers juges ont annulé le contrat de vente intervenu le 29 août 1932 entre Quennehen et Cador, motif pris de ce que la signature de ce dernier aurait été surprise par le procédé habituel des ventes dites « au monopole » et que la commande aurait été triplée à l'insu de Cador ; que sans doute Quennehen a promis à Cador l'exclusivité de la vente des articles qu'il lui vendait pour la commune de Foulletourte, mais que la vente dite « au monopole » ne saurait être annulée que si le vendeur a employé des manœuvres indélicates constitutives de dol, telles qu'il est évident que, sans ces manœuvres, l'acheteur n'aurait pas contracté, et qui par suite vicient son consentement dans les conditions de l'article 1116 du Code civil ; que tel n'est pas le cas de l'espèce ; que la quantité de marchandise commandée par Cador ne paraît pas excessive ; qu'il s'agit de marchandises de vente courante, rentrant dans le commerce habituel de Cador, que le prix en est normal, et que le fait que Quennehen ait accordé à Cador l'exclusivité de la vente de ces marchandises pour la commune de Foulletourte ne saurait à lui seul vicier le contrat en l'absence de toutes manœuvres dolosives qui n'apparaissent nullement au cas actuel ; qu'il était naturel que Cador, qui, sans doute, a demandé cette exclusivité, en faisant une commande importante, eut la certitude de ne pas être concurrencé dans sa commune pour la vente de ces marchandises ; que le bon de commande est clair et précis ; qu'il ne contient aucune clause ou présentation typographique ambiguë susceptible de tromper Cador, qu'il l'a lu, approuvé et signé, et en a reçu un double, mentionnant d'ailleurs au recto et au verso que la commande a été triplée et, en conséquence, la remise augmentée, et les délais pour le paiement étendus ; qu'ainsi la vente passée par les parties est valable et licite, et ne peut être annulée à aucun titre. »

monopole n'est pas nul ou illicite en soi. Il s'agit pourtant d'une décision déboutant d'une demande en exécution de conventions une société qui avait mis sur pied une vente incontestablement entachée de dol. L'influence de l'arrêt d'Angers est évidente (1).

Il semble donc que l'institution ait été enfin accueillie dans notre pratique juridique, et que le voile de mépris et de suspicion qui avait été jeté sur elle par des juridictions imbuës de préventions somme toute légitimes, ou par des commentateurs insuffisamment informés, se soit déchiré.

*
* *

Ayant ainsi exposé les conditions de fait qui entourent la formation de la vente à monopole, et fait justice d'une opinion erronée à son égard, il convient d'étudier, en droit, ses conditions de validité et ses effets.

De même que pour tout contrat, les conditions de validité sont au nombre de quatre : 1^o le consentement des parties contractantes ; 2^o leur capacité ; 3^o un objet, matière de l'engagement ; 4^o une cause licite.

Le consentement est de première importance dans le contrat qui nous occupe ; nous verrons en effet que c'est en viciant le consentement de l'une des parties que l'autre parvient souvent à réaliser les combinaisons frauduleuses qui occuperont la suite de cette étude. L'exécution entraîne pour l'acheteur un risque sérieux, puisqu'il a acheté la marchandise ferme et en grosse quantité, et

(1) Trib. Comm. Le Havre, 7 novembre 1934. *Gaz. Pal.*, 1934, 2, 1016. Le tribunal précise bien sa pensée :

« Attendu que le contrat en question, ainsi que l'a reconnu le jugement d'avant faire droit du 31 juillet 1933, présente nettement tous les caractères de la vente dite « au monopole » ; qu'une vente de ce genre n'est pas nulle en soi, mais qu'il en est autrement lorsque, par un ensemble de manœuvres dolosives de la part du vendeur, le consentement de l'acheteur a été vicié ; que tel paraît avoir été le cas dans l'espèce. »

il est nécessaire qu'il se rende compte exactement de ses obligations. La condition de l'existence du consentement est donc, en quelque sorte, mise en vedette.

La condition de capacité ne fait point de difficulté et s'impose dans la même mesure que pour toute autre vente.

L'objet, matière de l'engagement, ne fait jamais défaut dans les ventes à monopole ; mais c'est par cette condition encore, faussée sinon absente, que le caractère frauduleux s'insinuera souvent dans notre contrat.

Nous passerons sur la cause, puisqu'un contrat synallagmatique valable en soi ne saurait être conçu sans cause, chaque obligation ayant, en effet, pour cause l'exécution de l'obligation réciproque.

Comme toute vente, la vente à monopole est, en effet, un contrat synallagmatique, c'est-à-dire, si nous nous conformons à la définition de l'article 1102 du Code civil, dans lequel « les contractants s'obligent réciproquement les uns envers les autres ».

En nous reportant au type classique de contrat décrit au chapitre précédent, nous pouvons en dégager les effets, c'est-à-dire les obligations réciproques qui en découlent, pour l'acheteur d'abord, pour le vendeur ensuite ; nous constaterons que, pour ce dernier, elles sont sinon plus lourdes, du moins plus nombreuses.

L'acheteur est tenu de prendre livraison et de payer le prix, soit en espèces, soit le plus souvent en honorant les traites qu'il aura acceptées.

Le vendeur est tenu, tout d'abord, des deux obligations que lui impose toute vente : délivrance de la chose et garantie ; de plus, il doit assurer à l'acheteur le monopole dans les conditions prévues, et mettre en œuvre, à ses frais, une publicité sérieuse.

Le contrat de vente à monopole impose naturellement au vendeur la délivrance à l'endroit et dans le temps convenus ; mais surtout il lui impose de se conformer rigou-

reusement aux termes de l'article 1246 du Code civil, en délivrant une chose de qualité bonne, loyale et marchande. Nous l'avons vu, la vente à monopole perd sa raison d'être si la marchandise n'est pas impeccable.

Cette nécessité d'une chose de bonne qualité est encore mieux sanctionnée par l'obligation de garantie, s'agissant bien entendu de la garantie des vices cachés des articles 1641 et suivants du Code civil ; la garantie contre l'éviction semble bien, en effet, être pratiquement sans application dans la vente à monopole. Dans toute vente, l'existence de vices rédhibitoires dans la chose vendue, même ignorés du vendeur, rend impossible l'exécution d'une des principales obligations engendrées par le contrat. Mais ici les conséquences sont plus graves. Dans ce contrat complexe, aux obligations multiples, et liées entre elles par une sorte d'articulation qui fait que, lorsque l'une d'elles est touchée, toutes les autres s'en ressentent, le défaut de qualité, entraînant la désaffectation de la clientèle, rendra le monopole illusoire, de sorte que toute l'économie de la transaction se trouvera faussée.

L'obligation de monopole étant véritablement l'âme du contrat, son importance n'a pas à être soulignée : elle s'impose d'elle-même.

Quant à l'obligation de publicité, elle est aussi essentielle que la précédente, bien qu'elle en dérive. Elle constitue un des principaux éléments du contrat dont elle est une particularité. Comme nous le verrons plus loin, bien des juridictions ne l'ont compris qu'assez tard, donnant à la clause de publicité la valeur d'une clause de style. Or il n'en est rien. Le défaut de publicité, au même titre que l'existence d'un vice rédhibitoire, rend l'avantage du monopole illusoire, en restreignant la clientèle, et en ne permettant pas au concessionnaire de tirer un plein profit de la circonscription territoriale qui lui a été dévolue.

Il faut se garder, comme on pourrait être tenté de le faire, de classer la vente à monopole dans les contrats conditionnels.

Qu'est-ce qu'un contrat conditionnel ? C'est un contrat dont l'existence future dépend de la réalisation ou de la non-réalisation d'un événement incertain. Un bon exemple de contrat conditionnel est la vente à l'essai, que l'article 1588 du Code civil déclare être toujours faite sous condition suspensive. Aussi longtemps que l'essai n'est pas terminé, la formation du lien contractuel est suspendue. Si l'acheteur est satisfait, l'événement constituant la condition suspensive se réalise : c'est à ce moment — et pas avant — que le contrat se forme. Si l'essai n'est pas concluant, la condition ne se réalise pas : le contrat ne se sera jamais formé.

Une analyse élémentaire montre que la vente à monopole ne se forme pas ainsi. L'existence du lien contractuel n'est pas soumise à la réalisation de la publicité, encore moins au respect du monopole. C'est dès l'accord des parties qu'il se forme, dans sa plénitude, et avec toutes ses conséquences, donnant sans délai naissance aux différentes obligations que nous venons de passer en revue. La vente à monopole n'est donc pas un contrat conditionnel, mais un contrat synallagmatique pur et simple.

Enfin, la question a pu se poser parfois de savoir si la vente à monopole était un contrat par correspondance. La réponse à cette question pouvant varier suivant les cas d'espèces, et, au surplus, ressortissant à l'étude des conventions frauduleuses, il est préférable d'en renvoyer l'examen au chapitre consacré à ces dernières.

CHAPITRE II

LA VENTE A MONOPOLE FRAUDULEUSE

SECTION I.

LES MANŒUVRES FRAUDULEUSES

De toutes les opérations à base de duperie et de mensonge qui « se montent » journellement, la vente à monopole frauduleuse est sans doute celle qui se rapproche le plus d'une scène de comédie. Tous les éléments sont réunis pour permettre la comparaison : un cadre approprié, des personnages qui changent à chaque représentation, mais dont les caractères sont aussi immuables que ceux des types les plus classiques, des subterfuges usés mais toujours efficaces. Cependant, le dénouement de cette farce ne laisse pas d'être parfois dramatique.

C'est un bourg de campagne, ou une petite ville calme, endormie, mais qui reprend vie aux jours de marché, que le vendeur à monopole aura élue pour exercer son activité d'un jour. Là, les commerçants sont gens modestes et d'activité médiocre ; chacun connaît tous ses clients ; au surplus, rien ne se fait qui ne soit aussitôt su de tous ; d'où un climat de confiance et de sécurité. L'acheteur éventuel a été choisi avec soin, après une enquête discrète et rapide. C'est un homme âgé, naïf, un petit artisan ; parfois, on fera choix d'une vieille fille timide tenant une humble boutique de mercerie, ou, au contraire, d'une personne jeune et sans expérience. Autant que possible son commerce sera sans rapport avec

le produit proposé ; ainsi sera-t-il plus facile de le tromper sur la valeur de la marchandise.

Et le vendeur apparaît ; c'est habituellement un homme jeune et bien mis, à la parole facile, au geste aisé ; il se présente avec correction, expose l'objet de sa démarche ; il loue les qualités du produit, exhibe des prospectus bien rédigés, ponctués d'expressions scientifiques. Il insiste sur ce fait que la maison fera à ses propres frais une large publicité, par affiches et dans les journaux ; il a d'ailleurs sur lui un spécimen d'affiche, et l'exhibe ; elle est de couleurs vives, bien composée ; il y en aura, dit-il, sur tous les murs.

L'acheteur est tenté, mais il se défend ; ce n'est pas « de sa partie », il n'a pas les fonds. C'est alors que le représentant donne toute la mesure de son habileté. Il joue subtilement sur une équivoque entre vente et dépôt ; la maison veut lancer la marque, mais éviter de petits envois renouvelés ; on désire un entrepositaire sérieux ; il n'a rien à craindre : ce qui ne se vendra pas sera repris, et d'ailleurs il ne paiera qu'au fur et à mesure de l'écoulement. Enfin, pour « enlever l'affaire », le vendeur propose le monopole, en faisant miroiter aux yeux du détaillant les avantages de toutes sortes qu'il en tirera ; bon psychologue, il fait entrevoir la jalousie des concurrents.

Puis arrive le moment délicat : les deux signatures à obtenir ; une au bas du contrat de monopole, l'autre sur le bon d'achat ferme. L'un et l'autre sont habilement rédigés et imprimés en petits caractères ; pour qui ne les lit pas avec attention, il semble bien qu'il s'agisse d'un dépôt. Au besoin, le vendeur jouera à ce moment l'homme pressé, et il faudra signer tout de suite ; parfois, il fera presque violence à l'acheteur, s'il pressent une personne faible ou impressionnable (1).

(1) Voici un type de contrat de monopole que nous avons relevé dans une espèce récente (1939). La vente avait porté sur une quantité consi-

Enfin, cap également difficile à doubler, il faut faire signer, voire accepter des traites. Le détaillant s'étonne, car, si naïf soit-il, il sait qu'un effet accepté est chose grave. Mais le voyageur a réponse à tout : cette signature ? simple formalité ; c'est « pour ordre » ; la maison l'exige pour la « tenue des écritures ». La tenue des écritures ! L'expression est évocatrice de la probité foncière des petits commerces familiaux, où, le soir dans l'arrière-boutique, sous la lampe, on « fait les écritures ». Une fois encore, après une seconde d'hésitation, le commerçant signe.

Et l'affaire est faite. En quelques minutes le vendeur aimable a disparu. Sa voiture l'attendait devant la

dérable de boîtes d'*insecticide*, remise séance tenante à une *fleuriste* d'une ville de l'Est, et avait eu lieu, circonstance assez particulière, le 25 septembre 1938, le représentant profitant du désarroi alors causé dans la famille de la commerçante par la mobilisation partielle. On observera que le contrat joue entièrement sur l'équivoque d'un dépôt. Un bon d'achat séparé avait, bien entendu, été signé.

Entre les soussignés,

La Société X..., d'une part,

Et :

M^{me} L..., concessionnaire, demeurant à R..., d'autre part,

Il a été convenu et arrêté ce qui suit :

La Société X... donne à M^{me} L... l'exclusivité de la vente des produits Z... dans la ville de R...

La Société X... fournira à M^{me} L... gratuitement toute publicité qu'elle jugera utile pour la propagande de ses produits, soit prospectus, affiches, etc.

De plus, celle-ci fera retour à M^{me} L... de toutes les commandes en provenance de la région concédée adressées directement à ladite Société X...

Les marchandises livrées par la Société X... sont payables soit au comptant avec un escompte de 5 p. 100, soit par traites acceptées à 30, 60, 90 ou 120 jours.

Toutefois, à la demande de M^{me} L..., concessionnaire, la Société X... pourra, si elle le juge utile, accorder le renouvellement partiel d'une des échéances ci-dessus. Il est bien entendu que cette demande de renouvellement devra être faite au moins quinze jours avant la date de l'effet à échoir.

Le présent contrat est fait pour une durée de un an.

La Société X... se réserve également le droit de reprendre au prix de facture les produits restés en stock au concessionnaire si celle-ci estime que le chiffre d'affaires réalisé par M^{me} L... est nettement insuffisant.

Signatures.

porte, et il avait, a-t-il dit, un rendez-vous fort urgent (1).

Dans le calme de son magasin, dégrisé, le détaillant relit lentement les pièces qui lui ont été laissées, à moins que le vendeur ne les ait toutes emportées, ce qui arrive parfois. Ce qui est écrit lui paraît contradictoire avec ce qu'il a entendu. Il va chez un voisin, s'informe ; il raconte les promesses ; chacun lit le contrat, le bon d'achat, donne son opinion ; enfin, il se rappelle les traites « pour ordre » ; très vite, la vérité apparaît : il a été dupé, et le voici à la tête d'un stock d'une marchandise inconnue, accepteur d'effets à court terme, pour des milliers, parfois des dizaines de milliers de francs. Il n'a jamais eu de telles disponibilités, et il ne pourra pas, dans un, deux, ou trois mois, payer une telle somme. Or une traite acceptée non payée à l'échéance entraîne inmanquablement, il le sait, la faillite.

*
* *

Nous venons de voir comment se déroule la vente à monopole frauduleuse dans son type le plus classique,

(1) Dans les attendus d'un jugement du 9 mars 1925 (*Rec. Le Havre*, 1925, 132), le Tribunal de Commerce du Havre donne une définition assez complète et précise des procédés employés dans la vente à monopole frauduleuse :

« Attendu que le courtier qui fait la vente au monopole sollicite de préférence les commerçants qui ne sont pas familiarisés avec le genre de marchandise, toujours sans qualité, qu'il cherche à placer, afin de profiter de leur inexpérience et de les abuser plus aisément ; qu'il les éblouit par des promesses alléchantes, leur laissant entrevoir la réalisation certaine de bénéfices exagérés ;

« Que, pour les décider, il n'hésite pas à créer une équivoque dans le but de leur faire apparaître l'affaire non pas comme une vente ferme, mais une simple consignment, ne pouvant en aucun cas occasionner une perte d'argent ;

« Que, s'il s'agit d'un article à lancer, le vendeur annonce mensongèrement qu'une large publicité sera faite, afin de faire affluer la clientèle ;

« Qu'enfin, dès qu'il aura, grâce à ses manœuvres dolosives, surpris le consentement de ses acheteurs, il leur fera accepter la livraison d'une quantité de marchandises considérable, en leur promettant en échange de leur accorder un soi-disant monopole, qui ne sera qu'un leurre, puisque le produit offert sera sans valeur et invendable, ou qu'il s'agira d'une marque sans notoriété, et par conséquent sans achalandage. »

réduite en quelque sorte à ses grandes lignes. Mais cette description schématique est insuffisante, et nous devons mettre en lumière les moyens nombreux que les vendeurs emploient pour obtenir la signature des contrats, et se décharger ensuite des obligations qui leur incombent. Démontrons donc, pièce à pièce, le mécanisme ingénieux dont nous avons vu le fonctionnement d'ensemble.

C'est généralement un bourg ou une petite ville de province que le représentant choisit pour placer son produit. Nous voyons ainsi des monopoles concédés aussi sérieusement que s'il s'agissait d'un quart de la France à Pézenas, petite ville de l'Hérault, comptant 7 000 habitants (1) ; à Bertry, bourg de 3 050 habitants, dans le Nord, « pour le canton » (2) ; à Villedieu-Les-Poêles, où l'on compte 3 000 habitants (3) ; à Cogolin, petite commune pittoresque du Var, et presque morte avec ses 2 000 habitants (4) ; c'est « pour l'arrondissement » il est vrai ; mais les habitants d'un arrondissement iront se fournir au chef-lieu, siège de la foire, de toute l'activité, et non dans une bourgade perdue dans la montagne, et d'accès difficile ; enfin, à Couterne, village de 1 050 habitants dans l'Orne, où le monopole est froidement concédé « pour la commune » (5) !

Il est bien évident que de pareils monopoles sont absolument illusoires ; le monopole n'a de sens, en effet, que si le concessionnaire s'acquiert un avantage sur de nombreux concurrents, et si l'assiette du monopole est suffisamment large pour qu'une très nombreuse clientèle lui permette d'écouler la quantité importante de marchandise qu'il a commandée, contre-partie obligée de la concession d'exclusivité. Mais dans un canton de

(1) Trib. Comm. Marseille, 19 novembre 1930. *Rec. Marseille*, 1930, 1, 344.

(2) Paris, 9 février 1907. *Gaz. Pal.*, 1907, 1, 572.

(3) Trib. Comm. Seine, 8 novembre 1906. *J. T. C.*, 1908, 191.

(4) Trib. Comm. Marseille, 4 mai 1931. *Rec. Marseille*, 1931, 1, 187.

(5) Paris, 9 février 1907. *Gaz. Pal.*, 1907, 1, 572.

5000 ou 6000 habitants, dont les neuf dixièmes sont des ruraux attachés à leurs routines et dépensant peu, dans un bourg éloigné de tout passage, dans un village de deux ou trois cents feux, où sont les concurrents sérieux, où est la clientèle nombreuse et avide de se procurer la marchandise ?

Beaucoup de ventes à monopoles se font, il est vrai, dans des agglomérations plus importantes. On relève, dans les espèces de jurisprudence, des villes comme Cholet, Sète, Carcassonne, Reims, Saint-Étienne, Le Havre, Charleroi, Marseille, Dunkerque, etc. Mais alors interviendra avec toute sa force un élément nouveau, qui prendra d'autant plus d'importance que la ville sera active et commerçante. Cet élément, c'est le choix de l'acheteur, et le soin particulier qu'apportera le vendeur à lui proposer une marchandise sans rapport avec son genre de commerce.

Le représentant se rendra auprès d'un détaillant vieux, sourd ou naïf. A-t-il fait une enquête discrète dans la localité ? Y tient-il des intelligences ? Possède-t-il un fichier à jour de la région, dans lequel les victimes possibles sont signalées ? Ou bien se laisse-t-il seulement guider par son flair de commis-voyageur ? Tous ces procédés sont probablement employés par les vendeurs suivant leurs préférences, et leur caractère ; mais on est bien obligé de constater que la victime est presque toujours très bien choisie. Et cette infériorité de l'acheteur sera encore accrue lorsqu'il acceptera de discuter sur une marchandise qu'il ne connaît pas, qui est en dehors de sa profession, et dont il ne peut apprécier ni le prix, ni la qualité, ni l'achalandage.

Habiles à l'extrême, les vendeurs parviennent à faire acheter des produits si inattendus, en quantités si considérables, que, n'étaient les décisions judiciaires relatant des faits indiscutables, on serait tenté de rester incrédule. C'est un marchand de futailles qui se laisse

arracher une commande de 500 kilos d'un produit alimentaire destiné à engraisser les animaux de ferme (1) ; la propriétaire d'une petite imprimerie parisienne se voit attribuer environ 100 000 plumes « nickelées incomparables », avec monopole pour son quartier (2) ; la tenancière d'un café achète ferme 50 douzaines de

(1) Trib. Comm. Seine, 28 octobre 1899. *J. T. C.*, 1902, 5. Le prospectus remis à l'acheteur attribuait à la marchandise des qualités incroyables, dans les termes les plus persuasifs. On y lisait notamment :

« Le « Condiment Français » est composé de toniques alimentaires et hygiéniques, et d'agents médicamenteux mélangés dans des proportions parfaitement pesées, suivant les données les plus récentes de la science zootechnique, de telle sorte qu'ils sont appropriés à la composition des organes des animaux domestiques, et travaillent ensemble dans un but commun ;

« Parmi les moyens alimentaires et hygiéniques, on compte deux farines : exotique et indigène ;

« Les agents médicamenteux, de beaucoup les plus nombreux, se subdivisent en trois : ceux qui restaurent, qui rétablissent les forces épuisées ; ceux qui font bien digérer, qui favorisent la digestion, et enfin ceux qui sont propres à exciter le système nerveux, et à augmenter la force ; on y trouve encore un autre végétal pour évacuer les vers, après les avoir tués dans l'estomac ou dans les boyaux, et un évacuant à base de muilage, qui fait uriner plus ou moins suivant les besoins ;

« Le « Condiment Français » engraisse rapidement les bœufs et les moutons, auxquels il donne un poil brillant, des chairs fermes et une laine de bonne qualité ; il est bon aussi pour les chevaux qui ne digèrent pas bien, parce qu'il facilite le broiement des aliments ordinaires, qui sont mieux avalés ; les animaux qui sont faibles, chétifs, qui ne viennent pas bien s'en trouvent à merveille ; ceux qui sont maigres, qui perdent du poids ont bien vite repris ce qu'ils ont dépensé en pure perte ; il est utile aussi pour faire consommer des fourrages qui ne sont pas de bonne qualité ; il est bienfaisant pour augmenter et améliorer le lait des vaches et des autres femelles ; les animaux qui en prennent travaillent mieux ; les femelles pleines, les nourrices, les étalons épuisés s'en trouvent très bien ;

« C'est aussi un moyen de dresser les chevaux et les taureaux en les rendant plus doux ; les animaux qui dégénèrent dans les pays pauvres se refont bien ; les nourrices qui ont perdu leur lait par épuisement ou qui sont anémiques reviennent à ce qu'elles étaient sans leur nuire et sans altérer leur lait ; de même pour les femelles échauffées qui donnent du lait aigre, c'est un bon rafraîchissant ;

« Le « Condiment Français » favorise la respiration et le fonctionnement de tous les organes ; il convient dans toutes les maladies qui rendent les animaux faibles et abrège la convalescence de la clavelée ; il prévient certaines maladies, comme la pourriture des moutons, les affections vermineuses, les maladies de l'estomac, des boyaux, du foie et de la peau. »

(2) Trib. Comm. Seine, 13 décembre 1900. *J. T. C.*, 1903, 60.

limes (1) ; un négociant en cuirs s'engage à placer 360 sacs contenant 8 400 kilos de sciure parfumée antiseptique (2) ; un marchand de volailles passe commande de 3 tonnes de tapioca (3). A Saint-Étienne, un voyageur se présente chez un petit marchand-réparateur de cycles, simple artisan, et obtient de lui une commande de 250 kilos de coton hydrophile (4) ; à Couterne, commune de l'Orne, un sabotier achète une énorme quantité d'un désinfectant miraculeux (5) ; on voit un petit entrepreneur de maçonnerie, vieux, sourd, sachant à peine lire et écrire, se rendre acquéreur pour une grosse somme d'un stock de « Sanatoryl », autre désinfectant (6) ; un petit artisan tonnelier de Pézenas achète 180 litres d'un produit antiseptique et désinfectant (7) ; dans la petite localité de Cogolin, un simple artisan accepte d'acheter 550 litres de « Pyretol », liquide insecticide, soit pour 24 500 francs (8) ; une commerçante jeune et inexpérimentée du Havre, tenant un commerce de librairie et articles religieux sans grande consistance, signe un bon d'achat pour 15 000 lames de rasoir (9).

Peut-être est-ce le lieu de rappeler une observation faite au début de cette étude ; il y a des cas où la vente à monopole frauduleuse fait irrésistiblement songer à une comédie ; l'aveuglement des victimes paraît si total, leur défaut de réflexion et de sens critique si impardonnable, que les rieurs ne seraient pas de leur côté. Mais ces erreurs grossières se justifient peu à peu à mesure que

(1) Paris, 6 février 1902. *J. T. C.*, 1902, 540.

(2) Trib. Comm. Seine, 26 novembre 1901. *J. T. C.*, 1904, 45.

(3) Trib. Comm. Seine, 15 mars 1900. *J. T. C.*, 1903, 47.

(4) Trib. Comm. Saint-Étienne, 16 décembre 1903. *La Loi*, 28 janvier 1904.

(5) Paris, 9 février 1907. *Gaz. Pal.*, 1907, 1, 572.

(6) Paris, 9 février 1907. *Gaz. Pal.*, 1907, 1, 572.

(7) Trib. Comm. Marseille, 19 novembre 1930. *Rec. Marseille*, 1930, 1, 344.

(8) Trib. Comm. Marseille, 4 mai 1931. *Rec. Marseille*, 1931, 1, 187.

(9) Trib. Comm. Le Havre, 7 novembre 1934. *Gaz. Pal.*, 1934, 11, 1016.

l'on décèle les rouages de la méthode employée, le vendeur offrant des produits soi-disant exceptionnels, et usant des moyens de conviction les plus propres à agir sur des esprits simples mais honnêtes.

C'est par exemple un raticide nouveau, et, s'il est totalement inconnu, c'est précisément parce qu'il est nouveau ; le prospectus, sur lequel le représentant renchérit avec éloquence, le qualifie de « festin mortel des rats » ; le succès dépassera tous les espoirs, mais sans risque de contamination, car le rat « meurt sans pourrir et se momifie littéralement » ! Parfois, au contraire, c'est sur un ton d'une incroyable gravité que l'on vante les qualités d'un produit dont « la formule a été établie sur des données scientifiques » ; tel le « Provaradior », provende radio-active pour animaux (1). Comment ne serait-on pas séduit à l'idée d'être le seul dans la ville, ou dans la région, à tenir un produit si merveilleux, et qui se vendra, naturellement, sans aucune difficulté ? Au surplus, le voyageur étale sur le comptoir des lettres de sa maison ; on voit sur l'en-tête de nombreuses récompenses gagnées aux expositions : médaille d'or, membre du jury, etc., ainsi qu'une vue de l'usine de fabrication, bâtiments importants, haute cheminée, allées et venues de camions (2) ; tout semble indiquer une « maison de confiance ».

En réalité, toutes ces affirmations sont presque toujours mensongères, et il est infiniment rare que le produit qui fait l'objet d'une vente à monopole frauduleuse ne soit pas dénué des qualités extraordinaires qu'on lui attribue ; parfois même il ne possède même pas les qualités moyennes d'un produit similaire vendu couramment dans le commerce. Il s'agira, par exemple,

(1) Besançon, 16 décembre 1935. *Gaz. Pal.*, 1936, 1, 396.

(2) Trib. Comm. Seine, 8 novembre 1906. *J. T. C.*, 1908, 191. Voir également : Cass. Crim., 5 juin 1908. *Bull. Crim. de la Cour de Cassation*, 1908, n° 238.

d'une « sciure parfumée antiseptique » à laquelle le prospectus attribue les qualités d'un désinfectant complet ; ce n'est, à la vérité, que de la sciure ordinaire, à laquelle a été mélangé, et dans une proportion minime, un produit odorant (1) ; c'est le « Sanatóryl » ou « Sanatorge » désinfectant à dénomination de consonance pharmaceutique, mais qui ne semble guère être qu'une matière inerte (2) ; quant aux propriétés radio-actives du « Provarador » dont il a été question plus haut, elles n'ont jamais existé, naturellement, que dans l'imagination d'acheteurs trop naïfs.

Mais les vendeurs à monopole vont plus loin, et n'hésitent pas à expédier non seulement des marchandises dénuées de qualités particulières, mais encore des marchandises avariées et invendables. C'est ainsi qu'un armurier du Havre, victime d'un commis-voyageur malhonnête, reçoit 600 douzaines de lames de rasoir dont la plupart sont rouillées (3). Il arrive également que le fabricant donne un nom nouveau et affecte une marque spéciale à un produit qui se trouve depuis longtemps dans le commerce, sous une dénomination commune (4).

Ainsi disparaît, avec la qualité impeccable de la marchandise, une des deux conditions essentielles du

(1) Trib. Comm. Seine, 26 novembre 1901. *Gaz. Pal.*, 1902, 1, 117.

(2) Trib. Comm. Seine, 8 novembre 1906. *J. T. C.*, 1908, 191. Voir également : Paris, 9 février 1907. *Gaz. Pal.*, 1907, 1, 572.

(3) Trib. Comm. Le Havre, 9 mars 1925. *Rec. Le Havre*, 1925, 132.

(4) Paris, 27 juin 1904 (confirmant : Seine, 31 décembre 1903). Cité par M. AMOR dans : « La vente à monopole ». *Annales de Droit commercial*, 1906, p. 293 et suiv.

« Considérant que la substance vendue par L... sous le nom de Carbolineum n'est pas un produit spécial et nouveau, mais une huile de houille qu'il vend sous des noms différents (Carbolin, Carbolineum, Carb-Oil, Carbonyl) ; qu'en donnant un nom nouveau et une marque de fabrique spéciale à une substance depuis longtemps dans le commerce, et en la présentant sous cette marque comme un produit spécial et nouveau, supérieur à tous les autres, il a employé des manœuvres dolosives sans lesquelles il n'aurait pas obtenu le consentement du client, et l'a induit en erreur sur la substance de la chose vendue. »

bon fonctionnement du monopole ; du coup, celui-ci devient un leurre pour le détaillant. Quel avantage a-t-il à être seul dans son canton à vendre du « Carbolineum » si d'autres commerçants tiennent le « Carb-Oil », le « Carboneyl », ou plus simplement de l'huile de houille ? Qu'importe aux cultivateurs d'un arrondissement que le « Provaradior » ne se trouve que chez tel marchand de grain, s'ils se sont rendu compte que cet aliment n'est en rien préférable aux substances courantes vendues dans les moindres villages, et qu'au surplus son prix est peut-être plus élevé ?

Et voici qu'un nouvel aspect des manœuvres frauduleuses menées à bien par les vendeurs se présente à nous. Non contents de placer des marchandises dépourvues de valeur, ils les facturent à un haut prix, si haut parfois que le prix d'achat pour le détaillant est supérieur au prix courant d'une marchandise similaire — ou de la même marchandise — pour la clientèle.

Dans l'affaire du « Condiment Français » (1), une expertise ordonnée par le tribunal montre que le prix imposé à l'acheteur, 340 francs les 100 kilos, est plus de vingt fois supérieur au prix moyen des sons de froment, dont les propriétés quant à l'engraissement du bétail sont analogues ; du coton hydrophile d'une marque inconnue est vendu en gros plus cher qu'il ne pourrait l'être au détail (2) ; la « Réaline », produit désinfectant

(1) Conf. supra la note p. 28.

(2) Trib. Comm. Saint-Étienne, 16 décembre 1903. *La Loi*, 28 janvier 1904. Les attendus du jugement, rédigés avec beaucoup de soin, embrassent l'ensemble de la question de la vente à monopole frauduleuse ; le tribunal s'était attaché à la question du prix :

« Attendu qu'il résulte de l'instruction de la cause et des débats que, le lendemain même des accords traités, ci-dessus consentis par Dechêne, ce dernier, après avoir remis sa commande, a cherché à se renseigner sur la place même de Saint-Étienne, sur la valeur du produit dont il devait être le seul concessionnaire ; qu'il s'est adressé à divers pharmaciens de Saint-Étienne, et a appris de ceux-ci que le coton hydrophile marque « L'Antiseptique » n'était pas connu d'eux ; que le prix de 3 fr. 75 le kilo était beaucoup trop élevé pour un produit de cette nature, surtout

d'une efficacité soi-disant merveilleuse, en réalité tout à fait problématique, est vendue près de dix fois son prix de revient (1) ; c'est encore le « Pyretol », insecticide prétendu incomparable, vendu au détail 38 francs le litre, alors que les produits similaires se trouvent dans le commerce à 11 et 12 francs le litre (2).

Des produits de qualité inférieure, souvent à des prix très élevés : voilà ce que les vendeurs offrent aux commerçants inexpérimentés ou naïfs, et nous avons vu par quels artifices ils parvenaient à faire naître chez ces derniers le désir de la marchandise, et à les tenter. Mais tous les commis-voyageurs savent qu'entre tenter un client éventuel et « enlever l'affaire » il y a un abîme. Obtenir un ordre, faire signer un bon d'achat, là réside la vraie difficulté. Toutes les manœuvres, toutes les tromperies, tous les mensonges seront alors bons au représentant sans scrupule, animé par l'âpre volonté de traiter, et plus l'acheteur sera âgé ou faible, plus les procédés employés seront audacieux.

Les contrats de monopole et les bons d'achat sont généralement imprimés en caractères fins, serrés, les passages essentiels étant confondus dans la masse d'un long paragraphe diffus et dénué d'intérêt, dont la pre-

lorsqu'il était, comme dans l'espèce, acheté en grande quantité ; que ce produit acheté par simple quantité d'un kilo, qualité extra, ne se vendait pas au-dessus de 2 fr. 50, et, qualité courante, 2 fr. 25. »

(1) Paris, 9 février 1907. *Gaz. Pal.*, 1907, 1, 572. Dans cette espèce, le prix particulièrement anormal du produit avait été relevé par la Cour :

« Attendu... que les présomptions de dol qui en découlent se précisent et deviennent des preuves lorsqu'on voit ces courtiers, munis des pouvoirs de Sachs, s'adresser pour le placement de leurs produits à un sabotier d'un petit bourg de l'Orne, sans instruction, ne connaissant rien à un produit étranger à son commerce et inconnu dans sa région, dont il aurait cependant acheté à un prix excessif une quantité considérable qu'il lui était impossible d'écouler dans la commune, où un prétendu monopole lui était réservé pendant un an ;

« Que la « Réaline », vendue 1 fr. 20 le kilo, revenait à Sachs à moins de 0 fr. 13. »

(2) Trib. Comm. Marseille, 20 novembre 1929. *Rec. Marseille*, 1929, 1, 324.

mière et la dernière phrase sont sans aucun rapport avec la question principale. Pour un petit artisan de campagne ou pour un vieillard sachant à peine lire, la lecture d'un tel document représente un effort prolongé. Il ne le lira pas. Quant au détaillant plus jeune, mais faible et naïf, sa lecture sera interrompue dès les premières lignes par le « boniment » du vendeur, dont la faconde, la bonne humeur, la vivacité d'esprit le laisseront béant d'admiration. Pourquoi se donner la peine de lire, alors qu'on a devant soi un interlocuteur si disert, et qui expose d'une façon si complète les avantages d'une opération lucrative et sans risques ; qui vous fait percevoir quel bonheur c'est qu'avoir été l'heureux élu concessionnaire de ce monopole, source de profits certains !

L'acheteur s'enfonce insensiblement dans l'erreur ; on lui affirme qu'il ne paiera qu'au fur et à mesure des ventes ; on lui affirme que les traites qu'il signe ne seront pas mises en circulation ; d'ailleurs, si besoin est, les échéances seront renouvelées, et aussi longtemps qu'il sera nécessaire. Mais pourquoi prendre tant de précautions ? Dans quelques semaines, la marchandise sera déjà en partie vendue ; partout où elle a été offerte au public, elle a connu un succès inouï, et l'an prochain c'est le double que l'on commandera. Voici un bon d'achat pour un raticide incomparable ; on le présente à la signature de l'acheteur, il y jette un coup d'œil, et il lui semble bien que, conformément à l'accord, il est question de 35 tubes. Erreur ! Lorsque la commande lui parviendra, il s'apercevra qu'il a signé un bon pour 35 cartons contenant chacun 24 tubes. Erreur encore, celle du détaillant qui croit acheter du « Carbolineum », alors qu'il achète du « Carbonyl », aussi bien que du « Carbolin », du « Carb-Oil », ou plus simplement de l'huile de houille (1).

(1) Conf. supra : Paris, 27 juin 1904. Cité par M. AMIOT, *Op. cit.*

Mais le mensonge le plus fréquent, celui qui est à la base de la plupart des ventes frauduleuses, c'est la promesse d'un dépôt, alors qu'il s'agit d'une vente ferme. Le commerçant qui se laisse séduire par la perspective d'un dépôt n'accepterait presque jamais d'acheter ferme, en quantité considérable, une marchandise qu'il ne connaît pas. Les vendeurs le savent bien, et font tout leur possible pour créer une équivoque à leur profit. La gamme des procédés employés est très étendue, mais on peut la ramener à quelques-uns dont les autres ne sont que des variantes, issues de l'imagination et du savoir-faire des représentants.

Certains de ceux-ci promettent verbalement qu'il s'agit d'un dépôt, et présentent à la signature un contrat et un bon d'achat où il est question de vente ferme. Certains autres exhibent des contrats touffus et rédigés si habilement qu'il est impossible, à moins d'une analyse approfondie, de discerner s'il s'agit d'un dépôt ou d'une vente. D'autres encore font lire attentivement un contrat de monopole très clair, mais où il n'est pas précisé à quel titre la marchandise se trouvera chez le concessionnaire, puis font signer ensuite, juste au moment du départ, un « bon pour ordre » qui est un vrai bon d'achat (1).

Il existe également quelques représentants qui allient à beaucoup d'audace des qualités approchant de celles d'un prestidigitateur, et qui, sous les yeux mêmes de l'acheteur, substituent au contrat de dépôt qu'ils viennent de lui faire lire un autre contrat de même présentation typographique, mais qui est un contrat de vente.

Un autre moyen — radical celui-là — d'empêcher l'acheteur de reprendre ses esprits après le départ du représentant, et de se rendre compte qu'il a été dupé,

(1) Voir le modèle de contrat reproduit page 24 en note.

consiste pour ce dernier à s'en aller sans laisser le double du contrat (1).

Enfin, certains voyageurs, craignant sans doute de ne pouvoir vaincre seuls des résistances par trop tenaces, ont l'habitude d'opérer à deux, soit ensemble, soit successivement. Dans le premier cas, ils arrivent chez le détaillant accompagnés d'un comparse, qui sera parfois présenté avec une fausse qualité : celle par exemple d'un client à qui le vendeur rend le service d'un transport bénévole en automobile ; et celui-ci sera chargé de donner la réplique, de vanter, en paraissant désintéressé, le produit proposé, de donner, négligemment, au commerçant, des avis presque confraternels (2). Dans la seconde hypothèse, un nouveau représentant vient chez l'acheteur, quelques jours après le passage du premier, et, se disant chargé de réparer l'omission d'une formalité accessoire, fait signer le bon d'achat ferme que son prédécesseur s'était bien gardé d'exhiber, ou bien présente des lettres de change à l'acceptation (3).

Dans tous les agissements dont il a été question jusqu'ici, les moyens d'action des vendeurs ont été la persuasion et la tromperie ; tromperie audacieuse, parfois cynique, toujours habile, mais qui ne tend jamais qu'à peser sur la volonté de l'autre partie par des arguments. Nous n'avons pas vu jusqu'ici que des voyageurs aient usé de pression, encore moins de violence. Or certains représentants n'hésitent pas à faire pression par de véri-

(1) Trib. Civ. des Sables-d'Olonne, 26 décembre 1905. « Attendu que l'agent est parti en empochant la pièce sans laisser le double, contrairement à l'énoncé de l'acte ; que le défendeur était d'autant plus inquiet des suites de son marché qu'il n'avait pas le texte sous les yeux, et que le prospectus sur le vu duquel il avait traité ne portait pas l'adresse du vendeur. » — Trib. Civ. d'Évreux, 11 mai 1905. « Attendu que le voyageur n'a laissé aucun double, sous le prétexte que le contrat devait porter la signature de son patron. » Cités par M. AMIOT, *Op. cit.*

(2) Trib. Corr. Montbrison, 10 novembre 1890. Confirmé par : Lyon, 14 janvier 1891. *Mon. jud. Lyon*, 21 novembre 1890. — Voir également : Trib. Comm. Marseille, 20 novembre 1929. *Rec. Marseille*, 1929, 1, 324.

(3) Trib. Comm. Le Havre, 7 novembre 1934. *Gaz. Pal.*, 1934, 2, 1016.

tables moyens de violence sur des commerçants âgés ou faciles à intimider. C'est ainsi que, deux voyageurs s'étant successivement présentés chez un petit sabotier (1), le second se livra à une scène extrêmement violente, lacérant le contrat, donnant cours à des menaces de nature à impressionner vivement un humble artisan, habitué à n'avoir de rapports qu'avec une clientèle placide de paysans. Il arrive aussi qu'après signature du contrat l'acheteur se ressaisisse, et fasse connaître au vendeur qu'il exige la résiliation ; ce dernier envoie alors une série de télégrammes comminatoires ou de lettres dont le ton est de plus en plus impératif.

Ayant ainsi obtenu par persuasion, par tromperie, ou même en exerçant une pression brutale sur l'autre partie, la signature d'un contrat de vente à monopole, la maison que représentait le voyageur exécutera-t-elle au moins toutes ses obligations, facilitant ainsi à sa victime l'écoulement du stock énorme de médiocre marchandise dont elle l'a pourvue bon gré mal gré ? Point du tout, et, dans la très grande majorité des espèces, le vendeur, non content de tromper l'acheteur pour la formation du contrat, le trompera encore lorsqu'il s'agira de son exécution.

* * *

En fait, aussitôt la livraison, le vendeur — sauf en ce qui concerne le paiement du prix — va se désintéresser totalement de l'affaire. Il n'a pas eu en vue, en traitant, d'entamer les rapports normaux qu'une maison de gros peut avoir avec un détaillant quelconque ; il sait mieux que personne que ce client d'un jour ne se laissera plus jamais prendre à ses offres, et que, bien au contraire, il

(1) Paris, 9 février 1907. *Gaz. Pal.*, 1907, 1, 572.

mettra en garde tout le voisinage contre les entreprises de ses voyageurs. Au reste, que lui importe ? Son désir était de placer immédiatement une certaine quantité de marchandise ; il y est parvenu, et cela lui suffit. Il lui est indifférent que le marché constitue une impasse pour son acheteur, et que le stock à la tête duquel ce dernier va se trouver reste pendant des années dans son magasin, invendu, puis rapidement avarié, déprécié, invendable. C'est pourquoi il ne fera aucun effort pour exécuter les obligations que lui impose le contrat, dans le temps même qu'il essaiera par tous les moyens de contraindre celui qu'il considère d'ores et déjà comme son adversaire de satisfaire à ses engagements.

Dans les inexécutions du fait du vendeur, il convient de distinguer les manquements aux engagements verbaux pris par le représentant, et les manquements aux stipulations écrites dans le contrat, ceux-ci étant plus graves que ceux-là.

A l'inquiétude que manifestent habituellement les acheteurs devant le chiffre élevé auquel va se monter la facture, les représentants répondent par la promesse que le paiement ne sera exigé qu'au fur et à mesure des ventes. S'il s'agit de traites, ils affirment, comme allant de soi, que les échéances seront renouvelées autant de fois qu'il sera nécessaire. Or, en fait, ces promesses ne sont pas respectées ; il arrive que les échéances soient renouvelées une fois ; mais jamais on n'accepte de tenir compte de ce que le produit ne se vend pas. Et comment s'en étonner ? Cette attitude serait contraire à l'objet que le vendeur s'est proposé : placer effectivement la marchandise.

Pour l'acheteur de bonne foi, c'est un effondrement ; ses dernières illusions — s'il lui en restait — disparaissent, et il se rend compte de la situation sans issue dans laquelle on l'a plongé. Le plus souvent, il ne peut pas payer, car les sommes sont quelquefois assez impor-

tantes, et ses disponibilités généralement minimales (1).

Mais on peut objecter — et à l'occasion les vendeurs n'y manquent pas — que le contrat entendu en droit strict ne stipule point ces facilités de paiement généreuses, et on attribue à l'imagination ou à la perfidie du détaillant les souvenirs qu'il a de promesses concernant des paiements largement échelonnés. Par contre, il est des obligations inscrites en toutes lettres dans les contrats de monopole, qui en forment en quelque sorte l'armature : l'obligation de publicité, et l'obligation de monopole, toutes deux à la charge du vendeur ; mais, pour écrites qu'elles soient, elles n'en restent pas moins fréquemment lettre morte.

Ainsi que nous l'avons expliqué plus haut, le monopole ne peut être une source de bénéfices pour un commerçant que si la clientèle éloignée est avertie de l'existence de la marchandise dans son magasin, et si la qualité impeccable de celle-ci justifie le déplacement des acheteurs ou un changement de leurs habitudes. L'exécution de la publicité est donc de première importance.

Il ne s'agit pas d'une publicité quelconque, désordonnée, dispersée ; il faut mettre sur pied un plan sérieux, étudié, comportant affichage, prospectus, annonces dans les journaux locaux et les grands quotidiens ; ce plan doit ensuite être réalisé avec continuité et méthode, car il ne peut être efficace que si sa mise en œuvre s'étend sur une certaine durée. Les vendeurs à monopole ne l'ignorent pas, et certains vont jusqu'à promettre une publicité moderne : films publicitaires dans les salles de

(1) Trib. Comm. Seine, 8 novembre 1906. *J. T. C.*, 1908, 191 : Un petit pharmacien accepte une traite de 3 600 francs-or ; Paris, 9 février 1907. *Gaz. Pal.*, 1907, 1, 572 : Un petit entrepreneur de maçonnerie accepte une traite de 4 000 francs-or ; Trib. Comm. Marseille, 25 octobre 1911. *Rec. Marseille*, 1912, 1, 67 : Un petit entrepreneur achète pour 3 300 francs-or d'un produit pour sulfater la vigne ; Trib. Comm. Marseille, 4 mai 1931. *Rec. Marseille*, 1931, 1, 187 : Un artisan de Cogolin accepte pour 24 500 francs de traites.

cinéma de la ville, et démonstrations par un agent spécialisé devant le magasin du concessionnaire.

Et pourtant, quelque explicites que soient les clauses des contrats à ce sujet, quelque importante que soit la publicité, les vendeurs de mauvaise foi la négligent habituellement.

A vrai dire, il est rare que l'obligation de publicité reste totalement inexécutée ; le plus souvent, la maison expédie à l'acheteur un paquet de prospectus, et une ou deux affiches timbrées de petite dimension ; tout au plus fait-elle insérer dans une feuille régionale une maigre annonce de quelques lignes ; elle ne va pas plus loin.

Le détaillant qui attendait naïvement de lourds paquets d'affiches, qui, chaque matin, cherchait des yeux dans son journal habituel des réclames élogieuses, indiquant son nom et son adresse, disposées aux emplacements les plus favorables pour attirer le regard, protestera à la vue de ce qu'on lui envoie. Cette réaction est prévue, et on ripostera sèchement que la publicité promise a été faite. Évidemment, le résultat de quelques prospectus et d'un ou deux petits panneaux sera nul ; mais l'acheteur ne pourra pas dire que le vendeur n'a pas exécuté son obligation (1). C'est un des moments de l'opération où ce dernier étale avec le plus de cynisme son impudence.

S'il est fréquent de voir l'obligation de publicité rester lettre morte, il est rare que l'obligation de monopole ne soit pas respectée.

A cela, il y a plusieurs raisons. Bien qu'essentielle, la

(1) Trib. Comm. Seine, 26 novembre 1901. *Gaz. Pal.*, 1902, 1, 117 ; Trib. Comm. Le Havre, 9 mars 1925. *Rec. Le Havre*, 1925, 132 ; Trib. Comm. Seine, 20 juillet 1926. *Gaz. Pal.*, 1926, 2, 644 ; Trib. Comm. Marseille, 19 novembre 1930. *Rec. Marseille*, 1930, 1, 342 ; Trib. Comm. Marseille, 19 novembre 1930. *Rec. Marseille*, 1930, 1, 344 ; Trib. Comm. Marseille, 4 mai 1941. *Rec. Marseille*, 1931, 1, 187 ; Rouen, 16 oct. 1931. *Rec. Le Havre*, 1932, 2, 5 ; Trib. Comm. Rouen, 8 janvier 1932. *Rec. Le Havre*, 1932, 2, 5 ; Trib. Comm. Le Havre, 7 novembre 1934. *Gaz. Pal.*, 1934, 11, 1016.

publicité ne constitue pas, comme le monopole, l'âme du contrat. Si, théoriquement, on peut concevoir une vente à monopole sans publicité faite par le vendeur, on ne saurait la concevoir sans monopole. Peut-être cette considération a-t-elle été un frein pour les vendeurs sans scrupules ; mais nous pensons qu'ils ont vu les choses sous un angle plus pratique ; il leur est apparu que la recherche d'un nouveau client dans une ville où ils avaient déjà fait une victime depuis moins d'un an (il ne faut pas oublier, en effet, que l'exclusivité est, en général, concédée pour cette période) serait difficile ; qui plus est, pleine de risque, une telle rupture du contrat ne permettant aucune échappatoire devant les juges.

Il arrive, cependant, que la promesse d'exclusivité elle-même ne soit pas respectée. C'est ainsi qu'en 1939 une fleuriste d'une grande ville de l'Est, qui avait été victime d'un représentant dans les conditions classiques d'une vente à monopole frauduleuse, et à qui l'on avait livré un énorme stock d'un produit insecticide, eut la surprise, six mois après, de voir le même produit vendu dans un grand magasin de la ville, à un prix inférieur au prix qu'elle avait elle-même payé.

C'est là, nous le répétons, un cas isolé, qui se reproduit rarement, et, lorsque les habitués de la vente frauduleuse désirent s'affranchir du monopole, ils recourent habituellement au subterfuge qui consiste à changer le nom du produit.

Quels que soient les moyens employés, tous les vendeurs cherchent à se décharger le plus qu'ils peuvent des obligations qui leur incombent, et, dans cette voie, ils n'admettent d'autres limites que celles que leur trace la prudence, et la crainte d'une répression trop sévère des tribunaux.

SECTION II.

LA VENTE A MONOPOLE FRAUDULEUSE
DANS L'ACTIVITÉ COMMERCIALE

Condamnée par la simple morale, la vente à monopole frauduleuse n'est pas défendable du point de vue de la pure technique des affaires.

Précisons notre pensée. Il va sans dire que la technique des affaires ne peut pas se satisfaire de contrats fondés sur l'erreur ou le mensonge. Mais on pourrait se demander si, parmi les procédés employés, il n'en est pas qui, pris isolément, pourraient se justifier dans un milieu de relations strictement commerciales, d'où est exclu, comme chacun sait, toute idée sinon de morale, du moins de charité.

Or il n'en est rien.

C'est une mauvaise politique commerciale que de « charger » exagérément les détaillants d'un produit nouveau, dont on n'est pas encore certain qu'il aura la faveur de la clientèle. Les vendeurs de certaines firmes sont très habiles à placer ainsi chez les commerçants qu'ils visitent une quantité inespérée de marchandise, et cela dans des conditions de loyauté indiscutable. Lorsque le produit est connu et apprécié, la maison n'en tire qu'avantages. Mais, lorsqu'il s'agit d'un produit à « lancer », il arrive souvent que les détaillants, écoulant difficilement le stock, cessent toutes relations avec le fabricant.

Cette manière d'agir, qui est généralement le fait de vendeurs actifs, mais qui recherchent plus leur intérêt immédiat que celui de leur maison, est bien connue des spécialistes des questions de vente sous le nom de « sur-stockage ».

Or c'est le principe même de la vente à monopole,

dont, commercialement, l'emploi se révèle ainsi toujours délicat, et parfois injustifiable.

Pour lancer un produit nouveau, la vente à monopole, lorsque la publicité est insuffisante, n'est pas à recommander.

Tous les commerçants savent que, pour faire accepter une nouveauté au public, il n'est que deux moyens : ou bien une publicité intensive, ou bien la répartition du produit chez le plus grand nombre possible de détaillants, ce qui n'est qu'une forme de publicité, puisque le regard des acheteurs sera frappé par la vue de cette marchandise chez tous les fournisseurs. Il est donc certain, par avance, qu'un insecticide ou qu'un aliment nouveau ne se répandra pas s'il se trouve chez un seul détaillant d'une région, pour qui aucune réclame n'a été faite ; il se répandra d'autant moins qu'il sera sans aucun rapport avec les affaires normales du commerçant. Comment, dans ces conditions, ce dernier pourrait-il lancer et écouler l'énorme quantité qu'il a achetée ?

Au surplus, rien n'est si compliqué et difficile que le « lancement » d'une marchandise, même bien organisé. Les fabricants et les grossistes ne l'ignorent pas, et beaucoup d'entre eux, au moment de livrer au public une nouveauté, s'assurent le concours de véritables spécialistes, « experts ès vente », dont la première préoccupation est l'éducation de la clientèle.

L'éducation de la clientèle consiste à faire connaître au public l'existence du produit, à lui faire discerner ses qualités, les raisons de le préférer aux autres marques, et, enfin, à le lui faire désirer. Elle peut être l'œuvre d'une publicité intelligente, mais forcément onéreuse, ou bien l'œuvre des commerçants eux-mêmes.

Mais peut-elle être faite par les petits détaillants ? Presque jamais, et les négociants expérimentés ne l'ignorent pas. Un épicier de village, la tenancière d'un petit fonds de papeterie-mercerie en province ne sauront

pas attirer des clients nouveaux, ni leur démontrer théoriquement et pratiquement l'excellence du produit ; ils n'auront pas les qualités de persuasion, de psychologie nécessaires pour créer un besoin nouveau chez des ruraux défiant ou des provinciaux routiniers. Le fabricant, le grossiste, par contre, peuvent le faire. Ils ont à leur disposition un service de démonstration et de propagande, qui enverra, partout où la nécessité s'en fera sentir, des représentants allant de porte à porte expliquer l'usage de la marchandise, ou des « démonstratrices » avenantes, qui, installées devant les magasins, donneront des explications pratiques.

Aussi, lorsque les vendeurs à monopole placent des stocks considérables de produits nouveaux chez des petits commerçants, presque sans publicité, et en affirmant à leurs acheteurs que le stock sera rapidement épuisé, savent-ils parfaitement, s'ils ont la moindre expérience des affaires, que l'éducation du public ne se fera pas, et que la marque ne sera pas lancée dans la région.

Les voyageurs qui pratiquent la vente à monopole frauduleuse ne sont pas choisis parmi les premiers venus.

Les maisons qui usent de cette méthode de vente recrutent de véritables spécialistes, remarquables par leur audace, leur coup d'œil, leur éloquence, et, naturellement, par leur absence totale de scrupules. Ce sont, en général, des hommes jeunes, dont l'abord agréable et la conversation brillante forcent la sympathie du client éventuel. Leur flair et leur esprit d'à-propos leur permettent de le dominer dans toutes les situations, et leurs artifices, sans doute blâmables, mais ingénieux, sont de nature à l'impressionner (1).

(1) Paris, 9 février 1907. *Gaz. Pal.*, 1907, 1, 572. Dans cette affaire, le représentant, tenu en échec par la résistance d'un artisan de village, avait obtenu son adhésion en exhibant sa carte portant la mention : « Défenseur près le Tribunal de Commerce de la Seine ».

La plus grande erreur serait de les classer dans la profession honorable des voyageurs de commerce. Sans doute, ceux-ci ont une très ancienne réputation de faconde et d'habileté ; mais leur corporation se fait une règle d'appliquer la probité la plus absolue dans les rapports avec les clients. Il ne faut pas confondre leurs affirmations sur la valeur d'un produit, leurs arguments destinés à convaincre l'acheteur hésitant, tous moyens licites d'obtenir un ordre, avec les mensonges cyniques et les manœuvres des vendeurs à monopole.

Ceux qu'on appelle quelquefois les commis-voyageurs savent bien que l'exactitude et la loyauté sont plus nécessaires au monde des affaires qu'à tout autre. Les procédés déloyaux ne se retrouvent-ils pas d'ailleurs le plus souvent chez les très petits commerçants, les marchands des quatre-saisons, les paysans sur les marchés, tous gens primaires et bornés, n'ayant que des conceptions à courte vue, et cherchant plutôt à gagner quelques francs sur un envoi de légumes qu'à s'assurer des clients fidèles. Un milieu commercial où la tromperie serait monnaie courante deviendrait vite intolérable, et ceux qui font pratiquer par leurs représentants la vente à monopole frauduleuse appartiennent généralement à la classe assez méprisable des commerçants et industriels qui ne comptent que sur des procédés déloyaux pour étendre leur champ d'action, ou simplement subsister.

On pourrait presque dire qu'ils forment à eux seuls une catégorie à part. Les uns apparaissent sous le vocable de sociétés fantômes, à la raison sociale respectable, parfois de consonance étrangère, mais en réalité dénuées de toute consistance (1) ; la plupart vendront

(1) Parmi les espèces les plus récentes de vente à monopole, on relève notamment la « London United Industry Company », la « Pacific Petroleum Company » (Rouen, 16 octobre 1931. *Rec. Le Havre*, 1932, 2, 5), les « Laboratoires du Lysinol », ceux-ci n'ayant même pas de siège social ! (Trib. Comm. Marseille, 19 novembre 1930. *Rec. Marseille*, 1930, 1, 344).

indifféremment des insecticides, des produits d'entretien, des aliments équilibrés : leur domaine propre est l'exercice de la vente à monopole frauduleuse. Les autres se présentent sous leur nom véritable, se disant seulement fabricants ou industriels. Mais, quelque appellation qu'ils adoptent, beaucoup d'entre eux se retrouvent à plusieurs reprises dans les décisions judiciaires ; certains, vrais professionnels — nous serions tentés de dire : vrais techniciens — de ces pratiques, sont devenus de vieilles connaissances pour les tribunaux, qui ne manquent pas, à chaque jugement ou arrêt, d'y faire allusion dans les attendus, et parfois avec sévérité.

Une étude attentive de la vente à monopole nous l'a montrée sous deux faces : le contrat loyal et utile d'une part, la combinaison mensongère et frauduleuse d'autre part. Cette dernière a naturellement appelé les développements les plus considérables par la variété de ses aspects. La pratique du contrat frauduleux présente un danger incontestable, non seulement pour les commerçants, mais encore pour les industriels et les grossistes honnêtes qui désirent user de la vente à monopole de bonne foi, l'idée s'étant répandue, comme nous l'avons dit, que l'opération était en soi dolosive.

En présence de ce danger, on se demande dans quelle mesure on peut s'opposer à ces agissements ? La réponse à cette question ainsi que l'examen des règles de droit appliquées par les tribunaux aux cas de vente à monopole qui leur sont soumis feront l'objet de la seconde partie de cette étude.

DEUXIÈME PARTIE

Sanctions des obligations
engendrées par le contrat
de vente à monopole

Le principal souci des vendeurs à monopole malhonnêtes a toujours été de conserver à leurs actes les apparences d'opérations juridiquement irréprochables. Les juridictions civiles et commerciales ont donc rencontré des difficultés dans leur tâche de répression, difficultés qui ont grandi à mesure que les vendeurs, instruits par l'expérience, perfectionnaient leurs moyens et s'armaient de nouveaux arguments. Quant aux juridictions répressives, elles ont d'elles-mêmes à peu près renoncé à une action sérieuse contre les auteurs de contrats frauduleux, en se fondant sur des raisons de fait et de droit dont nous aurons à apprécier la valeur.

Nous rechercherons donc par quels moyens les tribunaux parviennent à préserver les acheteurs des conséquences désastreuses des contrats signés dans les conditions exposées plus haut.

Toutefois, avant d'entamer ce chapitre, il importe d'éclaircir un point de terminologie et de préciser le sens de deux mots que nous aurons à utiliser fréquemment, et qui sont parfois, et à tort, employés indifféremment l'un pour l'autre. Il s'agit des substantifs « résolution » et « résiliation ».

Dans le langage de la technique juridique, et plus spécialement du droit des obligations, on dit qu'un contrat est *résolu* lorsque ses effets sont anéantis dans le passé et dans l'avenir ; sans doute a-t-il existé, et il a pu donner naissance à certaines situations ; mais, du fait de la résolution, celles-ci seront détruites, et toutes choses seront remises dans leur état primitif, *comme si* le con-

trat n'avait jamais existé. Il ne faut pas d'ailleurs confondre résolution et nullité. La nullité, en effet, caractérise un contrat qui *n'a jamais existé*, et sur les conséquences duquel il n'y a pas lieu de revenir, puisque, juridiquement parlant, elles n'ont jamais pris naissance.

Au contraire, on dit qu'un contrat est *résilié* lorsque ses effets sont anéantis, mais pour l'avenir seulement, tout ce qui a été fait jusqu'au jour de la résiliation étant considéré comme valable.

Généralement, la résiliation s'applique aux contrats à exécution successive, comme le bail à loyer, le louage de chose, dans lesquels on ne peut faire que l'occupation des lieux, la détention de l'objet n'aient pas eu lieu. La résolution, par contre, trouvera son application soit dans des contrats à exécution successive comme la vente à tempérament, dans laquelle ce qui a été versé peut être répété, soit dans des contrats à exécution instantanée, comme la vente ou la donation avec charge, dans lesquelles on peut revenir à la situation primitive.

Malheureusement, cette distinction n'est pas toujours observée par les tribunaux, qui emploient parfois indifféremment l'un ou l'autre terme. Il en résulte, dans les décisions, une confusion plus apparente que réelle, l'examen des faits et l'étude des motifs permettant de reconnaître aisément la règle de droit à laquelle les juges ont entendu recourir.

CHAPITRE PREMIER

L'ACTION EN NULLITÉ

La question de savoir si l'action tendra à obtenir la nullité proprement dite, la résolution ou la résiliation des contrats en cause est une question de fait, dont la solution dépend essentiellement des éléments du procès. Il est bien évident que le même moyen pourra aboutir aussi bien aux trois solutions, suivant que l'exécution est plus ou moins avancée.

Dans ses débuts, la Jurisprudence montre une certaine hésitation, un manque de fermeté bien compréhensible lorsqu'on songe que souvent les magistrats se trouvaient pour la première fois en face des combinaisons astucieuses que nous connaissons, et dont le propre était déjà de paraître inattaquables au point de vue juridique.

Cependant, c'est assez rapidement que les tribunaux civils et de commerce mirent sur pied une théorie aussi ingénieuse qu'efficace, mais qui, malheureusement, fut très vite l'objet d'une parade de la part des vendeurs à monopole.

* * *

Théorie de la pollicitation. — L'idée est la suivante : le commis-voyageur qui propose un marché contenant une clause d'exclusivité fait seulement une pollicitation (l'offre non seulement de la marchandise, mais aussi du monopole et des avantages qui y sont attachés),

en raison de la nature très particulière de l'arrangement proposé ; il n'en pourrait être autrement que s'il était porteur d'un pouvoir spécial l'habilitant à traiter.

Dans ces conditions, pour que le lien contractuel se forme, il faut que la maison fasse parvenir à l'acheteur sa confirmation. Si, avant qu'elle ne l'ait fait, elle reçoit de celui-ci l'avis qu'il ne donne pas suite au projet, le contrat ne prend pas naissance.

On voit avec quelle facilité on peut appliquer cette théorie dans la pratique. Aussitôt après le départ du représentant, n'étant plus sous son charme, et s'étant peut-être éclairé auprès de personnes compétentes, l'acheteur décide de renoncer au marché. Il écrit ou télégraphie à la maison dont il connaît l'adresse par le double que le voyageur lui a laissé — s'il lui en a laissé un — pour dire qu'il retire son acquiescement.

Si cet avis parvient au vendeur avant même qu'il n'ait été averti de l'acceptation primitive par le retour de son voyageur, ou une lettre de celui-ci, la question de la validité du procédé ne se pose même pas. Si, au contraire, il n'arrive qu'après, sa valeur est liée à la solution donnée au problème des contrats par correspondance.

Si l'on admet le système de l'émission, c'est-à-dire que le contrat se forme au moment où l'acceptant émet son acceptation, le retrait de l'acheteur sera valable jusqu'au moment où la maison aura envoyé sa lettre de confirmation. Si, au contraire, on se rallie au système de la réception, à savoir que le contrat n'est pas formé avant le moment où la lettre d'acceptation parvient entre les mains de son destinataire, le retrait de l'acheteur sera valable pendant un temps un peu plus long (1).

(1) Sur la question de la validité du contrat par correspondance, voir COLIN et CAPITANT, *Cours élémentaire de Droit civil français*, 8^e édition, Paris, 1935, t. II, p. 29, qui se rallient au système de l'émission ; PLANIOL et RIPERT, *Traité pratique de Droit civil français*, Paris, 1930,

Quoi qu'il en soit, en fait, l'acheteur parviendra souvent à écrire assez rapidement pour que sa lettre arrive avant que le fabricant n'émette sa confirmation.

Or les tribunaux ont très bien vu le parti qu'ils pouvaient tirer de l'action rapide de la victime. Il n'y a pas à prouver les manœuvres frauduleuses, la tromperie, à faire faire des expertises sur la marchandise. Les consentements ne s'étant jamais rencontrés, il n'y a jamais eu contrat. Pour reprendre l'expression de M. Amiot (1), « une simple question de date, et c'est tout. C'est à la fois simple, facile à établir et vite opéré. C'est une solution élégante (2) ».

t. VI, p. 209 et suiv., qui estiment qu'il faut rechercher l'intention des parties, sans s'attacher à aucun système en particulier ; voir également J. VALÉRY, *Les contrats par correspondance*, Paris, 1895.

(1) Voir AMIOT, La vente à monopole, dans *Annales de Droit commercial*, 1906, p. 291 et suiv.

(2) Voir notamment : Trib. Comm. Seine, 19 juin 1901. *J. T. C.*, 1903, 172 ; Trib. Comm. Saint-Étienne, 16 décembre 1903. *La Loi*, 28 janvier 1904 ; Trib. Comm. de Tarare, 3 décembre 1912. *Gaz. Pal.*, 1913, 1, 452.

Le premier de ces jugements indique d'une façon si nette la position prise par le tribunal et il est d'une telle importance pratique que nous en reproduisons un large extrait :

« Attendu que des documents produits aux débats il résulte que Lotte-Vasseur, sur l'instigation de R..., commis-voyageur, a signé le 25 octobre 1900 un bon de commande de 600 boîtes « Graisse Windsor », aux termes duquel le monopole de la vente de ce produit lui était concédé dans le canton de Corbie (Somme) ;

« Que, de son côté, R... a laissé entre les mains de Lotte-Vasseur un duplicata du marché revêtu de sa simple signature ;

« Attendu que le lendemain 26 octobre Lotte-Vasseur, avant toute confirmation de la part de Monteux, écrivit directement à ce dernier que, sa signature ayant été obtenue par surprise, il entendait ne pas donner suite à cette affaire ;

« Attendu que les conventions du 25 octobre 1900, intervenues entre Lotte-Vasseur et R..., ne constituant, particulièrement en raison de la concession de monopole qu'elles stipulent, qu'une simple pollicitation, rendaient nécessaire, pour devenir définitives, l'acceptation du vendeur, Monteux ;

« Que vainement Monteux soutient que son représentant, étant muni d'un pouvoir spécial, l'autorisant non seulement à vendre les produits de sa fabrication, mais aussi à consentir des concessions et monopoles, avait qualité pour conclure tous traités et prendre tous engagements en son nom ; que dès lors le contrat intervenu entre Lotte-Vasseur et R... serait définitif, indépendamment de toute confirmation ;

« Qu'il convient en effet d'observer que le bon de commande dont se

Mais l'esprit inventif des professionnels de la vente à monopole n'allait pas être mis en défaut si facilement. Une échappatoire se présentait : munir les représentants d'un pouvoir spécial, les rendant aptes à conclure tous marchés, y compris ceux contenant une concession de monopole. Ils ne manquèrent pas de la saisir, et bientôt tous les représentants furent mandatés dans les conditions désirables.

Cette riposte trouva certains tribunaux désarmés ; on vit plusieurs décisions accepter le fait accompli, et sanctionner la validité de contrats très durs pour les détaillants, sous le prétexte que le voyageur était porteur d'un pouvoir spécial (1). Mais la plupart, serrant de plus près la notion de formation du contrat, décidèrent que, pour que le vendeur puisse faire état de la procuration

prévaut Monteux ne relate nullement que R... ait agi, en l'espèce, comme mandataire autorisé de son patron ;

« Qu'il est constant, d'autre part, qu'aucune mention de nature à révéler à Lotte-Vasseur que R... ait eu qualité pour engager Monteux ne figure dans le contrat dont s'agit ; qu'il n'est point, d'autre part, démontré que Lotte-Vasseur ait eu connaissance des pouvoirs conférés par Monteux à son représentant ;

« Qu'il est constant, dans ces conditions, que les conventions dont excipe Monteux constituaient aux yeux de Lotte-Vasseur une simple sollicitation, qu'une acceptation formelle émanant de Monteux lui-même pouvait seule transformer en un contrat définitif ; que, dans ces conditions, Lotte-Vasseur était en droit, avant toute confirmation de la part de Monteux, de revenir sur cette affaire, et de ne point donner suite, ce qu'il a fait dès le 26 octobre 1900 ;

« Qu'il s'ensuit que le marché dont se prévaut Monteux, n'ayant point été ratifié par ce dernier avant la déclaration de Lotte-Vasseur, n'a jamais existé entre les parties ; qu'il convient dès lors de faire droit à la demande de ce dernier et de dire qu'aucune vente définitive n'est intervenue entre Lotte-Vasseur et Monteux. »

(1) Voir notamment Trib. Comm. Seine, 3 août 1899. *J. T. C.*, 1901, 187 :

« Attendu que F... soutient qu'ayant annulé le marché le jour même celui-ci n'existerait pas ; que si, à la vérité, le jour même où il avait acquis les marchandises objet du litige, F... a adressé à B... une lettre pour annuler son achat, il convient de remarquer que le contrat du 27 décembre 1897 dont excipe B... a été signé par un sieur H..., porteur de la procuration du vendeur, suivant acte enregistré le 31 août 1896 ; que H... avait donc tous pouvoirs pour engager B..., et que, dès lors, par les signatures apposées au marché dont s'agit, la vente était ferme et définitive ; que par suite F... ne pouvait pas quelques heures après l'annuler. »

expresse remise à son représentant, il était indispensable que l'acheteur ait connu cette procuration, et la qualité en laquelle agissait l'individu qui venait lui proposer le monopole. Si l'acheteur n'avait pas traité en connaissance de cause, rien n'était modifié : l'acte du représentant restait une pollicitation, et l'engagement de l'autre partie pouvait être annulé par l'envoi d'un avis en temps utile (1).

Cependant l'application du principe de la pollicitation n'est pas toujours possible ; l'acheteur tarde à envoyer sa rétractation ; le représentant fait diligence auprès de sa maison, qui envoie en toute hâte la confirmation et la marchandise ; ou bien, cas assez fréquent, le commerçant accepte le stock, et ne s'aperçoit qu'au bout de quelque temps qu'il est hors de proportion avec ses possibilités de vente, ou que la qualité est mauvaise. Il arrive encore que ce ne soit qu'au moment où on lui réclame le paiement que l'acheteur s'avise qu'il a été trompé. Dans toutes ces éventualités, on ne peut évidemment pas invoquer l'absence de formation du contrat à la suite d'un retrait du consentement ; il faut s'appuyer sur d'autres règles de droit.

* * *

Inexistence du consentement. — Lorsqu'on cherche à réprimer la vente à monopole frauduleuse, la notion de

(1) Voir Trib. Comm. Seine, 19 juin 1901. *J. T. C.*, 1903, 172 ; voir également : Falaise, 29 août 1905, cité par M. AMIOT dans *Annales de Droit commercial*, 1906, p. 304 :

« Attendu que, dès le lendemain du marché, P... a prévenu L... de ses intentions, alors qu'il n'était question encore que d'une simple pollicitation, et que le marché, pour être définitif, devait être confirmé par l'acceptation du vendeur ; qu'à ce point de vue encore L... prétend que son voyageur avait un pouvoir de traiter définitivement sans sa ratification, mais que rien n'établit qu'il ait été donné connaissance à P... de ce pouvoir, enregistré à Paris le 19 octobre 1904, mais qui ne porte pas de date, et ne fait d'ailleurs aucune allusion au « Sanatoryl », et semble ne pas avoir été utilisé. »

consentement s'impose de suite à l'esprit. Dans la vente comme dans tout acte juridique, le consentement est un élément essentiel. Peut-on dire qu'il soit intact dans les différents cas pratiques que nous avons pu voir ?

En fait, non seulement le consentement de l'acheteur est souvent vicié, mais encore il lui arrive d'être inexistant, et cette idée d'inexistence permet d'échapper à l'administration — souvent longue et difficile — de la preuve des vices du consentement.

A la base de l'inexistence se trouve l'erreur, qui suivant sa nature ne sera qu'un vice, ou sera un agent destructif. Nous reviendrons ultérieurement sur l'erreur vice. Dans le cas où l'erreur porte sur *la nature de la convention*, on peut affirmer que le consentement est anéanti. Or, lorsque, après une longue conversation, deux personnes signent un contrat, et que l'une est persuadée qu'il s'agit d'un dépôt, alors que l'autre sait pertinemment qu'elle fait signer une vente ferme, on peut affirmer sans crainte d'exagération qu'il y a, de la part de la première, erreur sur la nature de la convention.

Et il est naturel d'admettre qu'une telle erreur ne vicie pas, mais détruit radicalement le consentement. Le bon sens impose cette solution, et en droit elle est parfaitement défendable. Si le législateur de 1804 a posé le principe de l'erreur vice du consentement, il n'a pas pu — ni certainement voulu, dans des espèces aussi nettes que les nôtres — abroger la tradition romaine de l'erreur anéantissant le consentement ou le laissant intact, sans intermédiaire. Il lui était rattaché par une autre tradition, la française, qui, ponctuée des noms de Dumoulin, Guy Coquille, d'Argentré, Domat et, avec plus de précision encore, Pothier, a repris la notion romaine de l'erreur, et en a admis l'application. Pour eux, point de vices : le consentement est ou n'est pas.

De telles références permettent de mettre hors de discussion la valeur de ce moyen de droit qu'est l'inexis-

tence du consentement, fondée sur l'erreur capitale de l'acheteur quant à la nature de la convention.

Les tribunaux ont, dès l'origine, saisi tout l'intérêt que présentait l'application de la théorie de l'inexistence du consentement ; elle permet une solution simple et rapide des procès, puisque la qualité du produit, la valeur commerciale de l'affaire n'ont pas à être examinées ; point d'expertises longues ou coûteuses, point de discussion possible sur l'intérêt du monopole ou l'importance des débouchés : pas de consentement, pas de contrat. A défaut de la théorie de la pollicitation, celle de l'inexistence est presque aussi efficace dans son application (1).

(1) Paris, 6 février 1902. *J. T. C.*, 1902, 540. Cet arrêt est intéressant parce que le vendeur avait ménagé d'une façon extrêmement habile l'équivoque entre le dépôt et la vente, et que la Cour décèle la manœuvre avec perspicacité :

« Considérant que les procédés habituels de M..., analogues aux procédés du même genre, sévèrement appréciés et qualifiés par maintes décisions de justice, et consistant à présenter comme un contrat de dépôt exclusif de certains produits de son commerce dans un rayon déterminé une commande proprement dite dont il exige ensuite l'exécution, ont été employés dans l'espèce à l'égard de la veuve P... ; que celle-ci, cabaretière, loueuse de voitures, et marchande de charbon en détail à Cassel, n'exerçant pas le commerce des métaux pour la vente des limes, à laquelle les produits et la marque des produits de la maison M... étaient inconnus, n'était pas en situation de faire une commande de cinquante douzaines de limes et râpes, marchandises étrangères à sa profession, dont elle n'aurait pu d'ailleurs avoir le débit et le placement ; qu'à la vérité le voyageur de M..., par des moyens habiles et à l'aide d'explications ambiguës et diffuses, comme il est dit au jugement dont est appel, lui a présenté, dicté et fait signer le contrat susénoncé comme une concession de dépôt avec monopole dans le canton de Cassel, pendant un an, moyennant une remise personnelle de 20 p. 100, ce qui n'est pas la condition des ventes fermes ;

« Considérant que, pour déterminer son consentement, le voyageur lui a fait valoir la marque de M... dite « La Nationale », et les avantages du monopole que le contrat lui conférait ; que ces mots, dictés à l'intimée : « Pour faire connaître la marque, M... posera des affiches et fournira des « échantillons, et la veuve P... sera seule dans le canton susdésigné », se rapportent manifestement à un contrat de dépôt ; que l'affiche de grand format, avec cette mention : « Marque déposée », remise à la dame P..., avait l'aspect et la forme générale usités pour la publicité des maisons de dépôt ;

« Considérant que le fait, par M... ou son représentant, d'avoir substitué un acte de vente à un contrat de dépôt est rendu vraisemblable par la correspondance et les explications contradictoires des parties ; que

* * *

Les vices du consentement. — Malheureusement, il ne suffit pas à la victime d'affirmer hautement qu'elle croyait souscrire à un contrat de dépôt, et qu'elle a été trompée sur la nature de l'affaire ; encore faut-il qu'elle le prouve.

Or cette preuve est souvent difficile ; il est fréquent que les seuls écrits existant entre les parties soient la convention de monopole et le bon d'achat imprudemment signé ; pas d'échange de lettres, pas de témoins sérieux ; comment, dans ces conditions, établir qu'on a vraiment cru qu'il s'agissait d'un dépôt ? Et même il y a des cas où l'acheteur n'a pas commis cette erreur ; il a très bien compris qu'il s'agissait d'une vente, et, s'il a été induit en erreur, c'est sur d'autres points.

Il y a là tout un domaine où la théorie de l'inexistence ne trouve pas son application, mais où celle des vices du consentement, englobant presque tous les cas qui se présentent, peut être génératrice de solutions pratiques pleines d'efficacité.

Erreur, dol, violence sont les vices du consentement. Laissant à part la violence, dont nous aurons quelques mots à dire ultérieurement, voyons dans quelles circonstances on peut invoquer l'erreur pour dire que le consentement a été vicié. Puis nous passerons au dol,

notamment, en écrivant la lettre du 23 juillet 1900, dans laquelle il reconnaît que son voyageur a dit à la dame P... « qu'il allait faire de la « publicité pour faire connaître sa marque, et qu'afin d'éviter des expéditions par petites quantités il désirait avoir dans chaque chef-lieu de « canton un seul client au nom duquel la publicité serait faite, et qui « vendrait aux consommateurs les limes et râpes de sa marque qui lui « seraient demandées directement ou qu'elle s'occuperait de faire vendre « aux personnes qui emploient ces articles qu'elle tiendrait seule à Cassel », M... démontre lui-même la confusion et l'erreur que les agissements de son mandataire ont pu produire dans l'esprit de la veuve P... en lui dictant le traité litigieux. »

Voir également : Trib. Comm. Tarare, 3 décembre 1912. *Gaz. Pal.*, 1913, 1, 452.

en faisant cette remarque que celui-ci contient toujours celle-là, alors que la réciproque n'est évidemment pas exacte (1).

Le Code reconnaît deux types d'erreur, pouvant entraîner la nullité d'une convention : l'erreur sur la substance et, dans certains cas, celle sur la personne. La Jurisprudence en a admis une troisième : l'erreur sur la cause (2). Ces deux dernières ne sauraient entrer en ligne de compte pour l'annulation de la vente à monopole. L'erreur sur la personne ne s'y rencontre pas, et l'erreur sur la cause doit céder la place au dol, qui sera toujours invoqué plus avantageusement.

Reste l'erreur sur la substance. L'article 1110, alinéa premier, s'exprime ainsi : « L'erreur n'est une cause de nullité de la convention que lorsqu'elle tombe sur la substance même de la chose qui en est l'objet. »

Ce texte a été interprété d'une façon restrictive, la substance devant s'entendre des qualités spécifiques de la chose, comprenant, entre autres, les éléments matériels. C'est une notion à peine plus large que celle du Droit romain, qui reposait sur les caractéristiques physiques de l'objet. Elle paraît abandonnée aujourd'hui, et ne se retrouve que chez des auteurs relativement anciens (3). Par contre, les auteurs récents et la Jurisprudence contemporaine s'accordent pour donner au mot « substance » un sens large : il faut l'entendre des qualités qui avaient, aux yeux de celui qui a contracté, un caractère déterminant, et en l'absence desquelles il n'aurait sans doute pas donné son consentement.

Bien que, dans le cas de la vente à monopole frauduleuse, on se fût trouvé encore assez à l'aise avec la théorie

(1) Conf. M. PLANIOL et G. RIPERT, *Traité pratique de Droit civil français*, t. VI, par P. ESMEIN, p. 226 et suiv.

(2) Voir notamment : Cass. Req., 1^{er} juillet 1924. *D. P.*, 1926, 1, 27; également : Cass. Civ., 22 novembre 1909. *D. P.*, 1910, 1, 407.

(3) AUBRY et RAU, *Cours de Droit civil français*, 5^e édition, Paris, 1902, t. IV, p. 489 et suiv.

restrictive, l'interprétation très large de l'article 1110 permet de faire tomber beaucoup de contrats par la mise en jeu de l'erreur sur la substance.

Il est en effet évident que, si le détaillant avait connu les qualités réelles — ou plutôt l'absence de qualités — de tel produit qu'on lui a proposé, s'il n'avait pas fait erreur sur certains éléments de la marchandise, qui pour lui furent déterminants, il n'eût pas contracté. Son consentement a donc été vicié, et le contrat se trouve annulable.

Mais l'erreur doit être démontrée, et c'est ici le point faible de l'interprétation extensive de l'article 1110. Il est moins facile d'établir que telle qualité était essentielle aux yeux de l'acheteur que de prouver qu'une provende soi-disant radio-active ne l'est pas. De plus, il faut tenir compte de la personnalité de l'acheteur : s'il est âgé, inexpérimenté, timide ; si l'affaire proposée rentre bien dans le cadre de son commerce habituel.

C'est pourquoi, en fait, il n'y a guère de décisions qui soient fondées seulement sur l'erreur. Le moyen, juridiquement au-dessus de toute critique, a paru un peu ténu, et peut-être flottant, comme tout ce qui est sujet à une appréciation subjective. De plus, pourquoi ne pas recourir au dol, qui peut être invoqué dans presque toutes les combinaisons frauduleuses des vendeurs à monopole ? Il convient donc d'examiner la possibilité de mise en œuvre de ce deuxième vice du consentement.

« Dans la conclusion des actes juridiques, le dol consiste dans le fait d'induire autrui volontairement en erreur par ses agissements, dans l'intention d'obtenir par surprise son consentement à un engagement ou à une renonciation (1). »

Au simple énoncé de cette définition, nous voyons combien vaste sera le domaine d'application du dol en

(1) M. PLANIOL et G. RIPERT, *Op. cit.*, t. VI, p. 264.

tant que vice du consentement, dans la vente à monopole frauduleuse.

Induire autrui volontairement en erreur pour obtenir son consentement à un engagement ! Mais c'est l'objet principal, quasi unique de toutes les démarches des voyageurs sans scrupules dont nous avons, plus haut, étudié de près l'activité. Et cela est si véritablement l'essentiel de leur profession qu'ils s'en cachent à peine, étalant le plus déconcertant cynisme aussitôt qu'ils ont obtenu les signatures de leurs victimes.

Les manœuvres dolosives sont mises en avant par les tribunaux plus souvent que tout autre argument, et à juste titre, car elles constituent comme le commun dénominateur de cette opération aux aspects si divers qu'est la vente à monopole frauduleuse. Fréquemment, cependant, les juges y joignent l'erreur sur la substance, conséquence de la tromperie. Richesse d'argumentation appréciable, sans doute, mais, juridiquement parlant, superflue.

S'agissant de la vente d'une forte quantité de « sciure parfumée » aux qualités hypothétiques, le Tribunal de Commerce de la Seine étaye son jugement, déboutant le vendeur de sa demande en paiement, et résiliant le contrat, de la façon suivante : « ... qu'il ressort des débats, et notamment de l'expertise faite à la requête de la Compagnie des Chemins de Fer de l'État belge, qu'en l'espèce la marchandise dont s'agit n'avait aucune qualité antiseptique ;

« Attendu que l'énorme quantité du produit facturé, la promesse d'un monopole exclusif en faveur du défendeur, monopole en l'espèce fictif et illusoire, puisqu'il ne reposait que sur la vente d'une marchandise absolument impropre et sans aucune qualité antiseptique, la non-exécution de la publicité promise constituent des agissements ou des manœuvres contraires à l'équité qui doit présider dans toutes les transactions commerciales, et

sont par suite contraires à l'ordre public ; qu'un tel contrat ne saurait avoir de valeur juridique, et qu'il ne peut servir de base à une demande en justice, alors surtout qu'il est démontré, ainsi qu'il a été dit ci-dessus, que le produit est nul, et qu'il y a, en fait, erreur sur la chose (1). » Le mot « dol » n'y est pas, mais la description des manœuvres ne laisse aucun doute. Comme dans beaucoup d'autres décisions, l'erreur aussi est prise en considération.

Un charpentier s'étant laissé persuader d'acheter un stock de « bouillie bordelaise » à un prix élevé, les juges consulaires de Marseille s'expriment ainsi : « ... que l'on peut sans hésiter déclarer que l'acheteur, inhabile à ces sortes de marchandises, ne s'est pas engagé en connaissance de cause, et déclarer que le consentement donné par Cauny-Sabillé se trouve affecté d'un vice, qui permet, conformément à la doctrine et à la jurisprudence, de le faire révoquer et de briser le contrat (2) ». Quel vice ? Le jugement ne le dit pas, mais ce ne peut être que le dol, peut-être nuancé d'erreur sur la substance.

Séduit par l'exposé d'un voyageur, le pharmacien d'un petit bourg normand achète une forte quantité de « Sanatorge » (ou « Sanatoryl »), désinfectant soi-disant merveilleux. A la demande de l'acheteur, le Tribunal de Commerce de la Seine déclare la vente nulle, le consentement ayant été vicié par dol et erreur, en s'appuyant sur les arguments suivants :

« Et attendu qu'il appert de l'analyse chimique ordonnée par le Tribunal que le « Sanatorge » n'est qu'un mélange en proportions à peu près égales de sulfate de zinc, de sulfate de manganèse et d'alun ; qu'en raison de sa composition il ne constitue qu'un désinfectant d'une efficacité médiocre ;

(1) Trib. Comm. Seine, 26 novembre 1901. *Gaz. Pal.*, 1902, 1, 117.

(2) Trib. Comm. Marseille, 21 mai 1906. *Gaz. Pal.*, 1906, 2, 155.

« Attendu, de plus, que l'usine représentée au prospectus sert à de tous autres usages qu'à fabriquer le « Sana-torge »; que les médailles obtenues aux Expositions de 1900 ne l'ont pas été pour ce produit ;

« Attendu que ces indications inexactes n'avaient d'autre but que de tromper la confiance de Chenez ;

« Que, d'autre part, le produit livré par Laufer ne correspond nullement aux énonciations du contrat ;

« Que, de l'ensemble des faits ci-dessus, il ressort que Laufer et son agent Oury, qui sont tous deux des professionnels de la vente au monopole, ont amené Chenez, par des manœuvres frauduleuses, à conclure un achat qu'il n'eût jamais accepté sans les manœuvres dolosives dont il a été l'objet... (1). »

L'expertise a donc été désastreuse pour Laufer, vieux routier de la vente frauduleuse ; manœuvres frauduleuses, manœuvres dolosives, le dol est nettement caractérisé par le jugement, et c'est bien un vice du consentement qui est invoqué.

La Cour de Paris, dans deux arrêts extrêmement importants en notre matière, et auxquels nous avons déjà eu l'occasion de nous référer, place sans hésitation la discussion sur le terrain du dol, vice du consentement, et sur ce terrain seul.

Déboutant d'une demande en paiement le vendeur qui avait trompé son acheteur, petit sabotier de l'Orne, la Cour précise :

« Considérant que les premiers juges ont donc avec juste raison annulé un marché surpris par dol et fraude à Vovart, et que la justice ne peut sanctionner de pareils procédés contraires à la loyauté commerciale (2) ;... »

Dans une deuxième espèce, et s'agissant des mêmes vendeurs (Laufer et Sachs), qui avaient placé un désin-

(1) Trib. Comm. Seine, 8 novembre 1906. *J. T. C.*, 1908, 191.

(2) Paris, 9 février 1907. *Gaz. Pal.*, 1907, 1, 572.

fectant de leur fabrication à un prix très élevé, la Cour confirme l'annulation du contrat, en arguant du dol et de la fraude :

« Considérant que les présomptions de dol qui en découlent se précisent et deviennent des preuves, lorsque l'on voit ces courtiers, munis des pouvoirs de Laufer, s'adresser pour le placement de leurs produits à un homme âgé, sourd, ignorant, maître-maçon dans une petite bourgade, ne connaissant rien à ces produits inconnus dans sa région, étrangers en définitive à sa profession; dont il avait cependant acheté, à des prix excessifs, des quantités considérables, qu'il lui était impossible d'écouler dans le canton, où un prétendu monopole lui était réservé pendant un an ;...

« Considérant que les premiers juges ont donc avec juste raison annulé un marché surpris par dol et fraude à Rousseau-Lade, et qu'ils ont qualifié comme ils le méritaient des procédés absolument contraires à la loyauté commerciale ; qu'ils ont même pu à juste titre décider que le marché avait été entaché d'erreur quant à la substance même (1). »

Bien que l'erreur soit invoquée, — à titre presque subsidiaire il est vrai, — c'est avant tout le dol que la Cour a retenu, comme ayant infecté le consentement de l'acheteur.

Le consentement à une vente à monopole d'un petit commerçant de Cholet est déclaré vicié par le dol dans un jugement du Tribunal de Commerce de la Seine, qui motive ainsi sa décision :

« Attendu que l'agent du défendeur, qui fait le commerce sous le nom des Établissements Vivic, avait pris soin de faire valoir à Frouin les prospectus qui vantaient la marchandise dont s'agit en termes dithyrambiques, lui attribuant la valeur d'un aliment de premier ordre,

(1) Paris, 9 février 1907. *Gaz. Pal.*, 1907, 1, 572.

qui serait bientôt réclamé par les consommateurs tant à raison de ses qualités exceptionnelles que de la publicité qui serait faite par de nombreux moyens pour les faire connaître ;

« Attendu que le défendeur est un professionnel de la vente dite « du monopole » (*sic*) et que ses représentants ont habituellement recours à des procédés déloyaux, pour placer, à des commerçants naïfs, un produit totalement inconnu et d'une efficacité problématique, et ce en quantités hors de toutes proportions avec les besoins des localités où le prétendu monopole leur est réservé, en leur faisant croire, en outre, qu'il s'agit en réalité d'un dépôt et non d'une vente ferme ;

« Attendu que ces divers faits constituent un ensemble de présomptions graves, précises et concordantes, de nature à établir que le consentement de Frouin a été surpris par dol ;

« Et attendu que le dol est une cause de nullité de la convention, lorsque les manœuvres pratiquées par l'une des parties sont telles qu'il est évident que, sans ces manœuvres, l'autre partie n'aurait pas contracté ; que, tel étant le cas en l'espèce, il y a lieu de déclarer nulles les conventions susrelatées (1). »

Pour imprécise qu'elle soit au point de vue purement technique, — le dol étant un vice du consentement, et non pas directement une cause de nullité des conventions, — cette décision perce à jour les procédés déloyaux employés, et donne de la vente frauduleuse une définition assez exacte.

Une vente à monopole frauduleuse du type le plus classique — 170 litres d'insecticide vendus à un maréchal ferrant de village — est déclarée nulle par le Tribunal de Commerce de Marseille qui, en terminant l'exposé de ses motifs, dit :

(1) Trib. Comm. Seine, 25 novembre 1924. *Gaz. Pal.*, 1925, 1, 355.

« Attendu qu'une telle convention, indigne d'un commerçant régulier et surprise à la bonne foi d'un client crédule, doit être déclarée nulle comme entachée de dol ; que, dans ces conditions, c'est à bon droit que Fortoul a demandé la nullité de la vente susvisée, et le remboursement, contre restitution des produits par lui reçus, de l'acompte de 2 150 francs payé (1). »

Confirmant un précédent jugement, la Cour de Besançon admet la nullité, pour cause de dol, d'un contrat dont l'objet était un stock important de « Provaradior », aliment pour le bétail prétendument radio-actif ; l'arrêt trouve les éléments du vice du consentement dans les manœuvres menées à bien par le représentant du vendeur :

« ... ; que le représentant de « Provaradior », muni de prospectus fantaisistes trompeurs sur la qualité et l'efficacité de la marchandise vendue, n'a pu obtenir le consentement de Carisey qu'en faisant miroiter à ses yeux des bénéfices illusoires tirés de la vente incertaine de son produit, parfaitement inconnu dans la région ; que le prospectus envisagé annonce une richesse de radium des plus substantielle, alors que l'analyse décèle une radio-activité des plus légère (2). »

Il convient enfin de citer une espèce assez curieuse, dans laquelle un acheteur, victime de vendeurs déloyaux, parvint à se dégager du contrat en invoquant le fait qu'un brevet consenti à son vendeur cessait d'être à la disposition de ce dernier bien avant la date d'expiration du monopole consenti. Après avoir reconnu le bien-fondé de la demande, le Tribunal de Commerce de la Seine estima que cet agissement constituait un dol, ayant vicié le consentement de l'acheteur :

« Attendu qu'il ressort des documents versés aux dé-

(1) Trib. Comm. Marseille, 29 novembre 1929. *Rec. Marseille*, 1929, 1, 324.

(2) Besançon, 16 décembre 1935. *Gaz. Pal.*, 1936, 1, 396.

bats, et notamment d'un traité entre le sieur Hoffmann, propriétaire du brevet du « Suspensor Soap », et Gentille Baze et C^{ie}, dont le Tribunal ordonne l'enregistrement avec le présent jugement, que ces derniers ne possédaient, lors de la vente consentie par eux à Dauphin, la licence du brevet « Suspensor Soap » que jusqu'au 26 novembre 1901 ;

« Que le fait d'avoir promis à Dauphin l'exclusivité de la vente de l'appareil breveté dont s'agit, jusqu'au 23 février 1902, alors que leur licence expirait avant cette époque, constitue de leur part une manœuvre essentiellement dolosive et frauduleuse (1). »

La lecture de toutes ces décisions suggère généralement l'observation suivante : ce que les tribunaux retiennent contre les vendeurs pour qualifier leurs manœuvres de dolosives n'est autre que le fait d'avoir trop habilement vanté leur marchandise ; or n'est-ce pas là monnaie courante dans le monde des affaires ? N'est-ce pas tous les jours que nous voyons des produits parés de toutes les qualités, qui ne valent en définitive ni plus ni moins que d'autres qui leur sont semblables ? Et, enfin, n'est-ce pas le principe même de la publicité qu'inciter le public à se procurer telle ou telle denrée, en lui attribuant des propriétés exceptionnelles ?

A vrai dire, la question est ainsi mal posée, ou plutôt superficiellement. Ce n'est pas le principe de la publicité ou de la présentation d'une marchandise par un commerçant qui est en jeu ; ce qui importe, c'est de savoir jusqu'à quel point un vendeur peut affirmer aux acheteurs que ses produits possèdent certaines qualités, alors que, très rigoureusement parlant, ces qualités ne sont pas — ou pas entièrement — siennes. Il s'agit de

(1) Trib. Comm. Seine, 18 juillet 1901. *J. T. C.*, 1903, 466 ; confirmé par : Paris, 3 décembre 1902. *J. T. C.*, 1903, 468.

délimiter la frontière entre la publicité et la tromperie. On se trouve évidemment sur un terrain bien peu solide, et aux prises avec des notions assez fuyantes. Cependant, M. le professeur Rouast, dans une étude minutieuse, est parvenu à fixer un critérium d'une valeur pratique incontestable, permettant de discerner où s'arrête la publicité, même outrée, et où commencent les manœuvres dolosives (1).

Ce critérium est celui-ci : aussi longtemps que le vendeur ne fait qu'affirmer ou même exagérer des qualités qui appartiennent réellement au produit, il y a seulement publicité ; mais, s'il attribue à la marchandise des qualités qu'elle ne possède pas, il y a alors tromperie, ou, pour employer l'expression de M. Rouast, publicité frauduleuse.

Et, devant cette délimitation claire, nous pouvons rassurer ceux qui craindraient que les vendeurs à monopole ne soient victimes d'une indisposition des tribunaux à l'égard des procédés publicitaires. Il suffit de passer en revue les décisions jurisprudentielles pour constater, d'une part, que bien souvent les vendeurs attribuaient à des produits très ordinaires des qualités exceptionnelles (2) ; d'autre part, que c'est fréquemment pour avoir trompé le détaillant sur les conditions de paiement, les possibilités de vente, ou autres éléments non inhérents au produit lui-même, que les vendeurs ont été condamnés. Si, par exception, ils n'ont pas dépassé le stade de la publicité dans l'énoncé des caractéristiques de leur marchandise, ils ont largement pénétré dans le domaine du dol et de la tromperie en ce qui concerne le monopole, ou les facilités de paiement, par exemple.

(1) ANDRÉ ROUAST, La publicité frauduleuse et le Droit pénal. *Travaux de la Conférence de Droit pénal*, Paris, 1912.

(2) Par exemple, la sciure parfumée présentée comme un désinfectant sans rival. Trib. Comm. Seine, 26 novembre 1901. *Gaz. Pal.*, 1902, 1, 117.

Il reste, enfin, un troisième vice du consentement dont nous n'avons pas encore fait état : la violence. Évidemment, la véritable violence est rare, et, si dénués de scrupules que soient les représentants spécialisés dans le monopole, ils n'ont pas recours à la force pour obtenir la signature des détaillants. Cependant, il faut reconnaître qu'ils usent parfois de contrainte morale, et n'hésitent pas à faire éclater des scènes impressionnantes lorsqu'ils se trouvent en face d'une personne visiblement faible et timide. C'est ainsi que nous relevons dans quelques décisions (1) des allusions aux scènes de violence faites par un ou plusieurs agents à des acheteurs rétifs, mais impressionnables, dont ils purent ainsi obtenir la signature. Mais il n'existe pas, à notre connaissance, de jugement ou d'arrêt ayant invoqué la violence en tant que vice du consentement pour faire annuler une vente à monopole.

* * *

Système de la garantie des vices cachés (2). — Lorsqu'on étudie la vente à monopole frauduleuse, la notion de garantie des vices cachés par le vendeur s'impose très vite à l'esprit. Il est évident que l'acheteur a traité ayant en vue certaines qualités exceptionnelles, dont l'existence supposée a seule déterminé son adhésion au contrat. S'il avait su que la chose fût de médiocre valeur, ou simplement qu'elle n'eût d'autres qualités que celles de marchandises similaires couramment vendues à un prix moins élevé, il n'eût certes pas conclu l'affaire.

Le vendeur est donc tenu à garantie, et l'acheteur pourra exiger la résolution, c'est-à-dire que le prix lui sera restitué, cependant que, de son côté, il remettra la

(1) Voir notamment : Paris, 9 février 1907. *Gaz. Pal.*, 1907, 1, 572.

(2) Voir M. PLANIOL et G. RIPERT, *Traité pratique de Droit civil français*, t. X, par M. HAMEL, p. 124 et suiv.

chose au vendeur. Il pourrait également, il est vrai, faire arbitrer le prix, et se faire restituer seulement le trop-perçu, en conservant la chose par devers lui.

De très bonne heure, les tribunaux ont aperçu tout le parti qu'ils pouvaient tirer des articles 1641 et suivants du Code civil. Ils ont observé que la vente frauduleuse réunissait généralement les conditions nécessaires à leur application : vices cachés inconnus de l'acheteur, nuisibles à l'utilité de la chose, et antérieurs à la vente. Et c'est notamment dans les affirmations mensongères des prospectus distribués par les commis-voyageurs, affirmations non confirmées par les expertises, que les juges ont vu les éléments de dissimulation des vices de la chose. C'est dans cet esprit que le Tribunal de Commerce de la Seine juge, en estimant « qu'il est certain que les affirmations du prospectus de Beudin ne sont nullement confirmées; que, si Fillette avait connu ce fait lors de son achat, il n'eût certainement pas consenti à payer un produit des plus ordinaire près de quatre fois sa valeur ; qu'il est donc manifeste qu'il a été trompé par les énonciations à l'aide desquelles Beudin a eu le tort de présenter son produit, et de surprendre le consentement de son acheteur ».

Et l'exposé des motifs ajoute :

« Et attendu que l'article 1641 du Code civil stipule que le vendeur est tenu de la garantie à raison des défauts cachés de la chose vendue qui la rendent impropre à l'usage auquel on la destine, ou qui diminuent tellement cet usage que l'acheteur ne l'aurait pas acquise ou n'en aurait donné qu'un moindre prix s'il les avait connus ; qu'il est constant que ces prescriptions sont applicables en l'espèce (1) ; ... »

Le même tribunal, jugeant à la suite d'une expertise concernant une « bouillie rationnelle destinée à com-

(1) Trib. Comm. Seine, 3 août 1899. *J. T. C.*, 1901, 187.

battre les maladies de la vigne », est obligé de constater que ce produit ne présente aucune caractéristique particulière, mais qu'il est, au contraire, inférieur à des produits du même ordre, vendus meilleur marché. Et il conclut :

« Qu'il est constant, dans ces conditions, que la marchandise vendue est impropre à l'usage auquel elle était destinée ;

« Qu'il n'est pas douteux au surplus que, si Bouré avait connu la qualité du produit qui lui était proposé, et s'il avait pu se rendre compte des énonciations erronées du prospectus qui lui était soumis, il n'aurait pas donné suite au marché ;

« Qu'il est, en effet, manifeste que Bouré a été trompé par les énonciations à l'aide desquelles la société demanderesse a eu le tort de présenter son produit ; que dès lors, et par application de l'article 1641 du Code civil, il échet de déclarer résolu, aux torts et griefs de ladite société, le contrat du 24 novembre 1898... (1) »

Il va sans dire que le moyen tiré de la garantie des vices cachés peut se cumuler et se combiner avec le moyen tiré de l'erreur et du dol. Toutefois, il est possible — et les décisions que nous avons relevées en sont la preuve — de baser une demande en résolution sur la seule garantie, et cette position est juridiquement inattaquable.

Il faut cependant reconnaître que ce moyen n'est pas celui qui convient le plus parfaitement à la résolution de la vente à monopole frauduleuse. Lorsqu'on examine l'ensemble des décisions les plus importantes de la Jurisprudence concernant les articles 1641 et suivants du Code, lorsqu'on approfondit les différents auteurs, lorsque enfin on observe la place que le législateur de 1804

(1) Trib. Comm. Seine, 31 août 1899. *J. T. C.*, 1901, 221 ; voir également : Trib. Comm. Seine, 16 novembre 1899. *J. T. C.*, 1901, 5.

a assignée dans son œuvre à la garantie des vices cachés, il apparaît que le but recherché a été avant tout de rendre plus équitable la vente. Non seulement la garantie ne vise pas d'autre contrat que la vente (1), mais son objet principal n'est pas d'anéantir celle-ci ; elle vise à modifier les obligations des parties, à fixer un plus juste prix, et, subsidiairement, au cas où il serait impossible d'y parvenir, à permettre la résiliation. Or, en présence du stock énorme et invendable qu'on lui a livré, la victime du vendeur à monopole malhonnête cherchera à obtenir d'emblée la résolution, ou au moins la résiliation.

Il apparaît ainsi que le recours aux articles 1641 à 1649 est possible pour donner un fondement à l'action en nullité d'une vente à monopole frauduleuse, mais que l'objectif auquel tend cette action n'est que secondaire dans la théorie de la garantie des vices cachés. Le résultat que l'acheteur considère comme primordial n'est, pour la théorie de la garantie, que subsidiaire et éventuel.

N'y a-t-il pas un autre moyen de droit cadrant plus exactement avec les nécessités de la vente à monopole ?

Il semble qu'on l'ait trouvé dans la résolution judiciaire des contrats synallagmatiques pour inexécution de ses obligations par l'un des contractants.

*
* *

La résolution judiciaire des contrats synallagmatiques pour inexécution des obligations (2). — « La condition résolutoire est toujours sous-entendue dans les contrats

(1) Telle est la position adoptée par la Cour de Cassation (Cass. Civ., 18 octobre 1911, deux arrêts, *D.*, 1912, 1, 113) ; la doctrine n'est pas unanime en ce sens ; voir notamment la note de M. PLANIOL sous l'arrêt précité.

(2) Conf. : M. PLANIOL et G. RIPERT, *Traité pratique de Droit civil français*, t. VI, p. 587 et suiv.

L. NAZ, *Essai sur l'histoire de la résolution de la vente pour défaut de paiement du prix*, Paris, 1870.

R. CASSIN, *De l'exception tirée de l'inexécution dans les rapports synal-*

synallagmatiques pour le cas où une des deux parties ne satisfera point à son engagement.

« Dans ce cas, le contrat n'est point résolu de plein droit. La partie envers laquelle l'engagement n'a point été exécuté a le choix ou de forcer l'autre à l'exécution de la convention lorsqu'elle est possible, ou d'en demander la résolution avec dommages-intérêts.

« La résolution doit être demandée en justice, et il peut être accordé au défendeur un délai selon les circonstances. »

Tel est le texte de l'article 1184 du Code civil.

Il pourrait sembler malaisé d'appliquer efficacement ce texte à la vente à monopole, si on ne mettait pas en lumière un des éléments importants de la combinaison frauduleuse, l'inexécution de la promesse de publicité par le vendeur.

Nous avons vu, en effet, que, pour obtenir l'adhésion du détaillant au contrat, le représentant, après avoir vanté les avantages de l'exclusivité, emportait ses dernières résistances en faisant remarquer que sa maison s'engageait à faire à ses frais, au profit de l'acheteur, une réclame intensive. Par une clause du contrat, le vendeur s'engage donc expressément à faire de la publicité pour le compte de l'acheteur.

Or, nous l'avons vu, la publicité n'est jamais réalisée lorsqu'il y a vente frauduleuse ; ou bien elle l'est si peu,

lagmatiques, et de ses relations avec le droit de rétention, la résolution et la compensation. Thèse, 1914.

G. BOYER, *Recherches historiques sur la résolution des contrats. Origine de l'article 1184 du Code civil.* Thèse Toulouse, 1924.

E. LEPELTIER, *La résolution judiciaire des contrats pour inexécution des obligations.* Thèse Caen, 1934.

SAGUËS, *La rupture unilatérale des contrats.* Thèse Paris, 1937.

M. PICARD et A. PRUDHOMME, De la résolution judiciaire pour inexécution des obligations. *Revue trimestrielle de Droit civil*, Paris, 1912.

Voir également les études de MM. les professeurs CASSIN, RENARD, ROUAST, HAMEL et MAZEAUD sur la résolution judiciaire dans les contrats, dans : *Journées de Droit civil en hommage à Henri Capitant*, Mons, 10 et 11 juin 1938, Paris, 1939.

L'ouvrage de M. CAPITANT sur la cause pourra également être consulté.

si incomplètement, que son efficacité, sur laquelle le commerçant comptait pourtant, est nulle.

Il y a donc là, de la part du vendeur, inexécution d'une de ses obligations dans un contrat synallagmatique.

Et l'application de l'article 1184 s'impose immédiatement, tant l'institution qu'il consacre cadre parfaitement avec la situation de fait. En effet, l'acheteur peut prétendre à l'exécution totale du marché, dont il pense retirer des profits appréciables, et il invoquera alors le premier terme de l'alternative contenue à l'alinéa 2. Il peut, au contraire, et il en sera ainsi dans la très grande majorité des cas, chercher à se retirer d'une affaire qui s'annonce comme désastreuse, et il aura recours au second terme de l'alternative, en demandant la résolution et, s'il y a lieu, des dommages-intérêts.

Pour nous assurer de la valeur de l'application de l'article 1184 en notre matière, il convient d'approfondir quelque peu la théorie de la résolution (1), et certains caractères de l'institution qui échappent parfois à l'analyse doivent être précisés (2).

Le choix offert au demandeur par l'alinéa 2 est parfois perdu de vue, et l'article 1184 trop souvent rappelé comme le texte par excellence de la résolution, alors qu'il est celui de l'exécution forcée, *ou* de la résolution. Et on pourrait objecter que, la victime du vendeur à monopole cherchant avant tout à rompre le lien contractuel, le texte invoqué ne cadre pas si exactement que nous le disons avec les faits. Mais, si on y regarde de plus près, on s'aperçoit que l'action fondée sur l'article 1184 visera l'inexécution de la *seule* obligation — le défaut de publicité — dont l'acheteur puisse avoir inté-

(1) Pour toute l'étude approfondie de la résolution judiciaire, on se reportera utilement à la thèse de M. LEPELTIER : *La résolution judiciaire des contrats pour inexécution des obligations*.

(2) Conf. LEPELTIER. Thèse citée, p. 41 et suiv.

rêt à exiger l'exécution. Il faut convenir que l'éventualité s'en présentera rarement, mais elle peut se présenter ; il suffit d'imaginer un détaillant sérieux et avisé, qui, après avoir évalué avec exactitude ses possibilités de vente, eu égard à la publicité promise, se trouve à la tête d'un stock qu'il est *certain* d'écouler si son existence est portée à la connaissance du public. En présence de la carence du vendeur, il préférera exiger l'exécution forcée de la campagne publicitaire, plutôt que de renoncer entièrement à une affaire qu'il estime avantageuse.

Le caractère alternatif de l'article 1184 ne l'empêche donc pas de s'appliquer parfaitement à la vente à monopole, étant bien entendu que, le plus souvent, c'est en vue de la résolution qu'on aura recours à lui.

La question de savoir si l'article 1184 a un caractère de sanction est aujourd'hui purement théorique. Ce caractère aurait ses racines dans le Droit canonique, aux yeux de qui la résolution conserva toujours un aspect pénal. Quoi qu'il en soit, la nuance de pénalité dont on pourrait colorer la résolution ne pourrait que nous satisfaire, s'agissant de la vente à monopole, et nous aurons l'occasion de revenir sur ce point lorsque nous traiterons la question des dommages-intérêts.

Le caractère judiciaire, enfin, de la résolution vaut d'être précisé. Le juge prononce-t-il la résolution, ou bien ne fait-il que la constater ? Pratiquement, le contrat existe-t-il jusqu'au jugement ? Peut-il encore être exécuté en cours d'instance ?

La doctrine et la jurisprudence sont en parfait accord sur ce point, et déclarent valable l'exécution en cours d'instance, estimant donc que c'est le jugement qui prononce la résolution (1). Ainsi, même en cours d'instance,

(1) Conf. M. PLANIOL et G. RIPERT, t. VI, n° 427. — COLIN et CAPITANT, t. II, n° 153.

Jurisprudence : Cass. Civ., 24 novembre 1875. *D.* 1876, 1, 363 ; Cass. Civ., 12 décembre 1876. *D.*, 1877, 1, 228 ; Cass. Req., 1^{er} décembre 1897.

le vendeur à monopole défendeur à une action en résolution basée sur l'article 1184 et l'absence de publicité pourra exécuter cette publicité, et faire tomber la demande de son adversaire. C'est un risque, sans doute, mais sans importance pratique ; nous verrons en effet, ultérieurement, que jamais un vendeur n'essaiera cette parade, et qu'il préférera accepter la perte du procès.

Le fondement juridique de la résolution a donné lieu à d'amples discussions, dont on ne peut affirmer qu'elles soient closes, et dans lesquelles des auteurs d'une autorité incontestée, comme M. Capitant, ont été amenés à prendre position.

S'appuyant sur la rédaction de l'article 1184, et sur sa place dans le Code, il en est qui ont vu dans la résolution judiciaire une application de la théorie de la condition résolutoire. Mais comment concilier cette explication avec l'intervention obligatoire du juge, son pouvoir d'appréciation, les dommages-intérêts, toutes choses incompatibles avec la notion même de condition résolutoire, légale ou tacite, et avec l'ancienne *lex commissoria* dont elle est issue ? L'idée a donc été abandonnée.

Un mouvement s'est dessiné, il y a quelques années, pour chercher le fondement de la résolution judiciaire dans la théorie de la cause, et, très rapidement, M. Capitant s'est imposé comme en étant le meilleur représentant (1). Dans ses grandes lignes, l'idée est la suivante : dans un contrat synallagmatique, la cause de l'obligation de l'une des parties est l'*exécution* de son obligation (et non pas, comme on le dit parfois, l'obligation elle-même) par l'autre contractant. Si ce dernier n'exécute pas, l'obligation du premier se trouve sans cause, et il y a lieu de faire prononcer la résolution.

D., 1898, 1, 289 (note de M. PLANIOL); Cass. Civ., 27 mars 1911. *D.*, 1915, 1, 97; Cass. Req., 17 juillet 1923. *D.*, 1923, 1, 240 ; Paris, 22 février 1932. *D. H.*, 1932, 273.

(1) HENRI CAPITANT, *La cause des obligations*.

L'explication, simple et lumineuse, faisant appel à cette théorie de la cause qui, pour obscure qu'elle ait pu être dans le passé, semble avoir atteint de nos jours son plein épanouissement et son état définitif, paraît donner satisfaction; la Jurisprudence s'y est ralliée, et la Cour de Cassation ne voit pas à la résolution judiciaire d'autre fondement que le défaut de cause dont est frappée l'obligation du créancier de l'engagement inexécuté (1).

Cependant, dans son étude sur la résolution judiciaire, M. Lepeltier croit pouvoir émettre de sérieuses objections à l'application de la théorie de la cause (2). Il fait observer qu'aussi longtemps que dure l'instance le débiteur de l'obligation inexécutée reste « tenu », et qu'il est difficile d'admettre, tant que l'exécution peut être poursuivie, que l'obligation du créancier soit dépourvue de cause; s'il n'y a plus de cause, l'action en exécution ne devrait plus être possible. De plus, dit-il, l'absence de cause rend le contrat radicalement nul; pourquoi, alors, faire intervenir le juge?

Nous n'avons pas à apprécier le bien-fondé des objections de M. Lepeltier, ce qui déborderait largement le cadre de cette étude; elles ne semblent pas, à première vue, absolument pertinentes, et, en tout cas, elles n'ont qu'une valeur de critiques. Leur auteur essaie, ensuite, de mettre sur pied une théorie positive du fondement de la résolution; mais il y parvient mal. Il admet que la théorie de la cause et celle de la résolution sont « très voisines l'une de l'autre »; elles seraient dominées par une « théorie-mère » qui leur serait commune, et dont M. Lepeltier tente de déterminer les données principales, sans toutefois y parvenir.

Il y a d'autre part, dans la doctrine la plus récente, un mouvement incontestable vers une théorie du fonde-

(1) Cass. Civ., 14 avril 1891. *D.*, 91, 1, 329.

(2) E. LEPELTIER, Thèse citée, p. 76 et suiv.

ment de la résolution judiciaire fondée sur l'idée d'interdépendance des obligations réciproques, idée plus large que la notion de cause (1) ; mais nous n'avons encore, dans ce sens, que des aperçus fugitifs, sans qu'aucun travail d'ensemble ait été mené à bien.

En présence des résultats encore vagues et confus de ces tentatives, on ne peut que rester fixé à la théorie dégagée par M. Capitant, dont les critiques indiquées plus haut n'entament pas l'ensemble, construction logique, et satisfaisante dans ses applications pratiques.

Il n'est pas discutable que le fondement, ainsi précisé, de la résolution judiciaire ne lui permette de s'appliquer parfaitement à la vente à monopole en cas de défaut de publicité. L'obligation de l'acheteur — payer le prix — se trouve bien dénuée de cause lorsque le vendeur n'entame pas la campagne publicitaire dont la perspective avait certainement entraîné son adhésion.

Il est impossible, enfin, de se reporter utilement à la notion de résolution judiciaire si on ne prend pas position d'une façon ferme en ce qui concerne la question de l'étendue de l'inexécution suffisante pour que la résolution puisse être prononcée (2).

Si, en cas d'inexécution totale, la solution du problème ne présente pas de difficulté, il n'en va pas de même en cas d'inexécution partielle. Il va sans dire que celle-ci doit présenter une certaine gravité, et rompre réellement l'équilibre du contrat. Il y a là un champ où doit s'exercer le pouvoir d'appréciation du juge, pouvoir qui ne découle sans doute pas de l'article 1184, mais qu'exige le simple bon sens.

Cependant la formule « inexécution grave » est trop vague pour constituer le critérium sur lequel se guidera le juge, et la matière a provoqué l'essor de plusieurs

(1) Voir l'étude de M. CASSIN, dans *Journées de Droit civil en hommage à Henri Capitant*, Mons, 10-11 juin 1938.

(2) E. LEPELTIER, Thèse citée, p. 197 et suiv.

théories, qu'on peut, dans l'ensemble, ramener à deux principales :

Théorie subjective. — C'est celle de la majorité de la doctrine, à laquelle la Jurisprudence s'est ralliée. Le juge doit, avant tout, tenir compte de l'intention des parties, et de ce qu'elles tenaient pour essentiel dans les obligations réciproques.

Système simple, pratique, très classique, s'harmonisant bien avec la théorie de la nullité du consentement pour erreur substantielle, et avec la règle générale de l'article 1156.

Théorie objective. — MM. Picard et Prudhomme ont cependant essayé de construire une théorie objective de l'étendue de l'inexécution, plus stable, plus ferme que la précédente, par trop inconsistante et fuyante à leur avis (1).

Ils distinguent tout d'abord dans les contrats synallagmatiques des obligations essentielles, des obligations accessoires, et l'obligation générale de bonne foi. D'autre part, ils font observer que, selon les contrats, le lien contractuel, « le fléau de la balance », assurant l'équilibre entre les obligations réciproques est plus ou moins rigide ; dans la vente pure et simple, par exemple, où l'un doit livrer la marchandise, l'autre payer le prix, le lien est très rigide, il y a peu de place pour l'appréciation du juge. Dans un contrat innommé quelconque, par exemple l'usage d'une maison par un contractant en échange de l'entretien permanent du propriétaire, le lien est beaucoup moins rigide, et il y a une large place pour le pouvoir d'appréciation du juge.

Mais, à la vérité, le seul résultat obtenu par les auteurs de cette théorie en combinant ces deux idées, peut-être justes par elles-mêmes, est de reculer la difficulté,

(1) MAURICE PICARD et ANDRÉ PRUDHOMME, De la résolution judiciaire pour inexécution des obligations. *Revue trimestrielle de droit civil*, Paris, 1912.

non de la résoudre. Lorsque le juge pourra exercer son pouvoir d'appréciation parce que le lien contractuel est assez lâche, il faudra bien qu'il s'en rapporte finalement à l'intention des parties.

Dans la vente à monopole frauduleuse, le juge pourra-t-il apprécier la gravité de l'inexécution en se rapportant à la seule intention des parties ? Sans aucun doute. Les tribunaux auront en effet à évaluer l'efficacité d'une publicité généralement embryonnaire, et non pas inexistante, et à comparer la maigre réclame faite par le vendeur avec la campagne publicitaire promise, dont la perspective fut décisive dans l'esprit de l'acheteur.

On peut être surpris de constater que les tribunaux n'ont invoqué l'article 1184 qu'assez tard, et de ne pas trouver mention de l'inexécution de l'obligation du vendeur dans les jugements ou arrêts avant 1925.

La raison en est la suivante : il ne semble pas qu'avant cette époque les juges, ni les plaideurs, aient attaché à la clause de publicité toute l'importance qu'elle mérite ; on n'avait saisi ni la valeur de cette disposition dans l'économie du contrat, ni le rôle qu'elle joue au moment de la formation du rapport de droit. La publicité apparaissait comme une obligation accessoire, un paragraphe de style dans la convention de monopole ; elle ne semblait pas valoir qu'on s'y arrêtât. D'autre part, il ne faut pas oublier que, jusqu'à la même époque, à peu près, toutes les juridictions considéraient la vente à monopole comme une combinaison frauduleuse en soi ; sans chercher à tirer argument de défaillances éventuelles dans l'exécution, les décisions déclaraient les ventes nulles pour inexistence ou vice du consentement, et le dol était le moyen auquel on recourait le plus souvent.

A cette règle, cependant, on trouve quelques exceptions, deux à notre connaissance, qui se situent parmi

les toutes premières décisions concernant la vente frauduleuse, comme si la Jurisprudence, tâtonnante à ses débuts, avait un instant entrevu la voie la meilleure, pour l'abandonner ensuite.

Le 10 mars 1898, le Tribunal de Commerce de la Seine statue sur la demande en paiement d'un vendeur de vins fins, qui avait accordé monopole pour un an dans le département de la Sarthe, et s'était engagé à faire la publicité ; celle-ci n'ayant jamais été réalisée, l'acheteur avait demandé la résiliation. Dans leurs attendus, les juges consulaires s'expriment ainsi :

« Attendu... qu'il y a lieu d'observer qu'en faisant l'opération du 15 avril 1897 Teigny recherchait notamment les avantages qu'il pourrait tirer de la publicité qui lui avait été promise ;

« Que celle-ci a été une des raisons déterminantes de l'acquisition qui lui était proposée ;

« Qu'aux termes du bulletin souscrit la publicité devait être faite en raison de l'achat ;

« Que cependant elle n'a pas été faite ;

.....

« Qu'il est constant dès lors que Savignon n'a pas rempli ses propres engagements, et en ce qui concerne une partie essentielle du contrat ;

« Qu'il échet donc de faire droit aux conclusions de Teigny développées à la barre et tendant à la résiliation des conventions du 15 avril, aux torts et à la charge de Savignon (1)... »

Un peu plus tard, le même tribunal, dans une affaire de vente d'une quantité énorme de « sciure parfumée antiseptique », relève à nouveau le défaut de publicité, mais, obnubilé sans doute par le dol, très important il est vrai dans le cas considéré, semble perdre de vue la

(1) Trib. Comm. Seine, 10 mars 1898. *J. T. C.*, 1900, 65.

résolution judiciaire, et confondre l'inexécution dans l'ensemble des vices infectant le contrat :

« Attendu que l'énorme quantité du produit facturé, la promesse d'un monopole exclusif en faveur du défendeur, monopole en l'espèce fictif et illusoire, puisqu'il ne reposait que sur la vente d'une marchandise absolument impropre et sans aucune qualité antiseptique, *la non-exécution de la publicité promise* constituent des agissements ou des manœuvres contraires à l'équité qui doit présider dans toutes les transactions commerciales, et sont par suite contraires à l'ordre public ; qu'un tel contrat ne saurait avoir de valeur juridique, et qu'il ne peut servir de base à une demande en justice, alors surtout qu'il a été démontré, ainsi qu'il a été dit ci-dessus, que le produit est nul, et qu'il y a en fait erreur sur la chose (1). »

Si ce jugement ne pèche évidemment pas par manque de base légale, il est remarquable par son défaut de clarté ; débordés par la multitude des arguments qui s'offraient à eux, les juges commerciaux n'ont pas su discerner la voie de droit la plus sûre, la plus prompte, la plus directe, pour faire tomber le contrat frauduleux.

Puis, pendant près de vingt-cinq ans, jugements et arrêts se succèdent, invoquant qui l'erreur, qui le dol, qui l'inexistence, qui la sollicitation ; il faut attendre 1925 pour voir réapparaître dans une décision du Tribunal de Commerce du Havre la notion d'inexécution de son obligation par le vendeur, nettement différenciée.

S'agissant d'un armurier qui avait acheté un stock considérable de lames de rasoir, le Tribunal précise :

« Attendu que la convention comporte à la fois une facture, une concession de monopole pour l'arrondissement du Havre, et l'engagement du vendeur de faire apposer des affiches ; que Gérard n'avait accepté de

(1) Trib. Comm. Seine, 26 novembre 1901. *Gaz. Pal.*, 1901, 1, 117.

recevoir une quantité importante de marchandise que parce que Mossé s'engageait à lui amener une clientèle en faisant une publicité suffisante ;

« Attendu que Mossé, qui convient que la marque « Aramis » était à lancer, prétend à tort s'être libéré de son obligation en apposant un nombre dérisoire d'affiches dans la ville du Havre, ce qui constituait non pas la réclame nécessaire pour procurer une clientèle pour Gérard, mais bien, comme l'affirme ce dernier, « un simulacre de publicité », qui était incapable de donner le moindre résultat productif (1). »

Tous les éléments nécessaires à la résolution judiciaire sont réunis, et même il est fait place au pouvoir d'appréciation du juge quant à l'étendue de l'inexécution, pouvoir dont nous avons vu plus haut l'importance. Cependant, le Tribunal du Havre ne va pas jusqu'à la conclusion logique de son raisonnement, et base finalement la déclaration de nullité sur le dol.

Les décisions qui viennent ensuite par ordre chronologique se réfèrent de plus en plus à l'inexécution de la clause publicitaire. Les unes, comme la précédente, basent leurs décisions sur le dol et l'erreur, tout en tirant argument de l'inexécution ; d'autres, au contraire, s'y réfèrent hardiment.

Il serait sans intérêt de rapporter ici toute cette jurisprudence, et nous ne citerons qu'un jugement, choisi parmi les plus caractéristiques.

Saisi par un vendeur à monopole d'une demande en paiement relative à une livraison d'huile pour automobile, le Tribunal de Commerce de Marseille déboute le demandeur et résilie le marché. Nous reproduisons presque entièrement l'exposé des motifs de ce jugement, le premier, à notre connaissance, qui ait dégagé nettement la gravité de l'inexécution de la publicité, et fait

(1) Trib. Comm. Le Havre, 9 mars 1925. *Rec. Le Havre*, 1925, 132.

franchement application de l'article 1184 du Code civil.

Le Tribunal s'exprime ainsi :

« Attendu que la publicité convenue n'ayant pas été effectuée, le défendeur, à la date du 5 avril 1930, fit connaître son intention de ne pas payer les traites émises en règlement des marchandises livrées, offrant d'ailleurs de réexpédier celles-ci, dont il n'avait pu trouver le placement ; que, le demandeur ayant persisté dans sa demande de règlement, Ciccollela soulève aujourd'hui la nullité de ladite vente ;

« Sur la nullité, attendu qu'une vente dite « à monopole » est caractérisée par la promesse d'une exclusivité prétendue, au moyen de laquelle est obtenu d'un acheteur l'achat d'une marchandise inconnue, d'une efficacité problématique, et généralement hors de proportion avec les besoins locaux, qui fait suite à des promesses de publicité pour faire connaître le produit et son dépositaire ; qu'il est de jurisprudence constante que de telles conventions doivent être déclarées nulles, comme contraires à la bonne foi, lorsque, après avoir expédié à son acheteur les marchandises, le vendeur n'a fait aucune diligence pour réaliser la publicité promise ; qu'en effet, cette promesse de publicité faite par le vendeur étant une des conditions essentielles et déterminantes du contrat, l'inobservation même partielle de cette clause suffit pour légitimer la résiliation des accords ;

« Attendu qu'en l'espèce Ciccollela, étant non pas marchand d'huile, mais simple camionneur, paraît n'avoir accepté l'exclusivité qui lui était consentie que grâce aux fallacieuses promesses du Comptoir Industriel ; que, d'autre part, la publicité promise n'ayant consisté qu'en de rares affiches, apposées alors qu'une instance était déjà pendante devant le Tribunal de céans, le demandeur ne saurait soutenir sérieusement avoir fait toute diligence pour faire connaître au public le nom

de son produit, apparemment inconnu de lui, et celui du dépositaire ; qu'il convient dans ces conditions, déclarant nulle et de nul effet la vente dont s'agit, de débouter purement et simplement Peytavin de Garam de ses fins et conclusions (1)... »

Ainsi, l'application à la vente à monopole frauduleuse de la résolution judiciaire pour inexécution de ses obligations par un des contractants constitue une solution rapide et élégante. Évitant les lourdes procédures de la preuve, les expertises chimiques, les recherches des arbitres, elle va droit au point faible du vendeur. Elle est éminemment juridique.

Enfin, on notera, au passage, que notre matière est une des rares où la pratique use de l'article 1184 au profit de l'acheteur contre le vendeur. Ce texte est, en effet, le recours traditionnel du vendeur non payé, et il faut des contrats synallagmatiques complexes, aux obligations multiples, comme la vente à monopole, pour que l'acheteur puisse utilement arguer d'une inexécution afin de s'évader d'une combinaison désavantageuse.

*
* *

L'exception d'inexécution. — L'exposé des moyens de droit auxquels peuvent avoir recours les tribunaux contre les vendeurs à monopole serait incomplet si nous ne nous arrêtions pas un instant à l'exception d'inexécution, ou *exceptio non adimpleti contractus*.

(1) Trib. Comm. Marseille, 19 novembre 1930. *Rec. Marseille*, 1930, 1, 342 ; voir également certaines décisions moins nettes que la précédente, mais dans lesquelles l'idée de la résolution judiciaire pour inexécution se trouve soit bien dégagée, soit implicitement contenue : Trib. Comm. Marseille, 19 novembre 1930. *Rec. Marseille*, 1930, 1, 344 ; Trib. Comm. Marseille, 4 mai 1931. *Rec. Marseille*, 1931, 1, 187 ; Trib. Comm. Rouen, 8 janvier 1932. *Rec. Le Havre*, 1932, 2, 5 ; Trib. Comm. Le Havre, 7 novembre 1934. *Gaz Pal.*, 1934, 2, 1016.

Celle-ci est le droit pour le créancier d'une obligation inexécutée de surseoir à l'exécution de sa propre obligation, provisoirement, jusqu'au jour où l'autre partie exécutera elle-même.

Corollaire de la résolution judiciaire, apparaissant dans les mêmes situations juridiques, l'exception peut sembler à première vue un moyen de droit simple et efficace pour amener l'autre contractant à remplir ses engagements, ou pour éviter à celui qui est de bonne foi de s'appauvrir sans contre-partie.

Mais c'est là une vue superficielle de la question. Le commerçant qui a acheté un stock important de marchandise voudra obtenir l'exécution intégrale de la convention si le produit est bon, et, s'il ne l'est pas, demandera la nullité. Dans un cas comme dans l'autre, il adoptera une attitude agissante. La voie de l'exception, qui suppose l'attente patiente des réactions de l'adversaire, ne saurait lui convenir.

Aucune décision, d'ailleurs, ne s'y réfère, et si, dans le domaine de la théorie pure, on pourrait en concevoir l'emploi, ce serait bien mal connaître les réalités commerciales que d'imaginer les acheteurs dupés prolongeant à plaisir une situation qui peut être la source de contestations innombrables.

*
* *

Nous venons de passer en revue les différentes voies de droit par lesquelles une vente à monopole frauduleuse peut être attaquée, et résolue ou résiliée, suivant les circonstances. Pour chacune, nous avons indiqué sa valeur propre, son coefficient d'adaptation à la convention qui nous intéresse, ainsi que l'usage que les différentes juridictions en ont fait.

Il nous reste à prendre une vue d'ensemble de ces

différents moyens, à comparer leur valeur, et à dégager, si faire se peut, une théorie du fondement juridique de la demande en nullité de la vente à monopole.

Toutefois, nous devons dès maintenant reconnaître que le résultat de nos recherches n'aura pas un caractère définitif, s'agissant d'un domaine soumis plus qu'aucun autre aux variations imprévisibles des activités humaines.

Des systèmes, au nombre de six, ont retenu notre attention : la théorie de la pollicitation, l'inexistence du consentement, les vices du consentement, la garantie des vices cachés, l'article 1184 et plus spécialement la résolution judiciaire, l'exception d'inexécution enfin.

La profusion des moyens qui nous sont ainsi offerts nous incite à en dresser tout d'abord une classification par rapport, à la vente à monopole, et à discerner ensuite celui ou ceux dont la valeur d'application s'impose.

La classification nous conduit à répartir les voies de droit en deux groupes.

Le premier réunit les moyens de droit fondés sur l'idée que le contrat n'a pu se former valablement, à savoir la pollicitation, l'inexistence et les vices du consentement.

Le recours à la pollicitation est la plus complète expression de l'idée de non-formation du lien contractuel, puisque les volontés mêmes ne se sont jamais rencontrées. Le moyen tiré de l'inexistence contient encore la même idée, mais à un degré moindre : s'il y a eu, de part et d'autre, désir de contracter, on n'a pu tomber d'accord sur l'objet, ou plutôt il y a eu erreur sur celui-ci, erreur dont la conséquence est l'inexistence du consentement ; or, pas de consentement, pas de contrat. Dans le troisième moyen, on admet que le contrat s'est formé, mais pas valablement, car un des éléments : le consentement, a été infecté d'un vice.

C'est le même ordre qui s'impose, quant à la valeur juridique et pratique de ces trois moyens.

Pouvoir invoquer la non-formation de la vente par application de l'idée de la pollicitation est l'argument idéal. La difficulté est tranchée à peine née, et toute discussion serait superflue. Lorsqu'on a démontré que l'accord des volontés ne s'est pas fait, l'inexistence du contrat, et *a fortiori* des obligations qu'on prétendait en faire découler, est surabondamment établie.

Moins sûr est l'argument tiré de l'inexistence du consentement, car les deux parties ont bien manifesté leur désir de contracter. Si l'erreur a porté sur l'objet, si l'un avait en vue tel produit, et l'autre un produit différent, il y aura à résoudre une question de preuve, parfois délicate. Mais l'idée d'inexistence coupera court aux arguties possibles touchant le texte explicite du contrat, que l'acheteur a bien lu et signé, du moins théoriquement. Il a signé sans doute, mais croyant acheter autre chose. Il n'y a pas consentement.

Les vices du consentement sont le fondement du moyen le plus employé, mais qui est, juridiquement, le plus hasardeux et celui qui offre aux vendeurs les plus nombreuses possibilités de résistance. On ne nie plus l'existence du contrat, mais on déclare que sa formation n'est pas valable, le consentement ayant été vicié. Cependant, quel que soit le vice, dol, fraude, tromperie, erreur simple, violence, il faut le prouver, et cette preuve n'est pas toujours facile, car les vendeurs prennent toutes les précautions nécessaires, et parviennent quelquefois à confondre l'acheteur.

Le deuxième groupe réunit les moyens fondés sur l'idée d'interdépendance des obligations réciproques dans tout contrat synallagmatique. On reconnaît que la formation du contrat est irréprochable, mais l'exécution n'a pas été satisfaisante. Nous trouvons dans ce groupe

l'exception d'inexécution, la garantie des vices cachés et l'article 1184.

Sur l'exception, nous ne nous étendrons point. Nous avons vu, en effet, que son emploi éventuel était purement théorique, et qu'elle ne répondait aucunement aux exigences de la pratique. Son application dans le cas de la vente à monopole frauduleuse aurait la même valeur que pour tout autre contrat : elle n'est jamais qu'une solution provisoire, d'attente, qui ne peut par elle-même dénouer une situation.

Le moyen tiré de la garantie des vices fait incontestablement intervenir l'idée d'interdépendance des obligations réciproques. Le vendeur s'était engagé à livrer une chose de qualité loyale et marchande ; volontairement ou non, il manque à cette obligation : du coup, l'acheteur n'est plus tenu de la sienne, et peut soit faire arbitrer un plus juste prix, soit exiger la résolution.

Et la comparaison s'impose avec le moyen tiré de l'article 1184, ou plus exactement de la résolution judiciaire ; nous ne prendrons, en effet, en considération que ce seul terme de l'alternative offerte par le Code au créancier de l'obligation inexécutée, l'autre terme, l'exécution forcée, étant, nous l'avons vu, d'un usage rare dans la pratique.

Tout d'abord, la garantie des vices invoque un défaut de la chose vendue, et pose la question de la preuve, qui, ainsi que nous l'avons déjà expliqué, exige souvent la mise en œuvre d'expertises difficiles et coûteuses, laissant une large place à la discussion. La résolution judiciaire est au contraire liée à une inexécution difficile à contester.

Dans l'action en résolution judiciaire, l'idée d'interdépendance des obligations réciproques tient plus de place et apparaît plus nettement que dans les articles 1641 et suivants du Code civil, ce qui n'est pas à négliger, si l'on considère l'importance croissante que cette notion

semble prendre dans le droit des contrats synallagmatiques (1).

L'article 1648 impartit au demandeur en garantie un « bref délai » pour intenter son action, alors qu'aucun délai n'est imposé à la demande en résolution judiciaire.

Enfin, l'obtention de dommages-intérêts, dont nous verrons plus loin l'importance, est soumise, dans la demande en garantie, à la condition que le vendeur ait été de mauvaise foi, alors que, dans l'action en résolution, on peut toujours demander une réparation, même s'il y a eu cas fortuit ou force majeure. C'est encore un point sur lequel il semble que le système de la résolution doive être préféré à celui de la garantie.

Ayant ainsi ordonné les différents moyens de droit possibles par rapport à leur objet commun, la nullité de la vente frauduleuse, les ayant comparés au point de vue juridique et au point de vue pratique, nous pouvons tenter de dégager une théorie de l'action en résolution de la vente à monopole frauduleuse.

Mettons à part le cas où il est possible d'invoquer la théorie de la pollicitation. Il suppose, en effet, une réaction immédiate de l'acheteur, et la tentative frauduleuse est brisée à sa naissance même. C'est la meilleure de toutes les voies de droit, mais l'habileté des vendeurs fait qu'on ne peut en user qu'exceptionnellement.

Dans tous les autres cas, le processus de la vente frauduleuse étant à peu près certainement celui que nous avons décrit, comportant en particulier la promesse de publicité non exécutée, il n'est pas contestable que l'action en résolution judiciaire pour inexécution de son obligation par l'autre contractant doit être préférée à toute autre. Elle est le moyen par excellence de

(1) Voir notamment l'étude de M. CASSIN, citée supra, dans *Journées de Droit civil en hommage à Henri Capitant*, Mons, 10 et 11 juin 1938.

l'action en nullité, le seul dont la structure et l'articulation juridique s'appliquent d'une façon quasi parfaite au problème pratique à résoudre, le seul qui atteigne directement le contrat frauduleux à son point faible, le défaut de publicité, tranchant ainsi d'un coup le nœud de la difficulté.

On peut penser qu'à l'avenir c'est sur la résolution judiciaire que seront fondées les décisions de la plupart des tribunaux qui auront à statuer sur des ventes à monopole frauduleuses.

CHAPITRE II

EFFETS DE L'ACTION EN NULLITÉ

Dans le chapitre précédent, nous avons étudié l'action en nullité de la vente à monopole frauduleuse dans son principe. L'examinant sous l'angle purement juridique, nous nous sommes efforcé d'en prendre une vue d'ensemble, de retracer son évolution, de la classer parmi les autres actions en nullité, de dégager enfin d'une jurisprudence encore un peu hésitante la voie de droit qu'il convient de lui appliquer, et cela en fonction de la seule technique. Nous nous sommes libéré des considérations pratiques qui ont trop souvent influencé les raisonnements des tribunaux, surtout des tribunaux de commerce, et nous avons essayé de nous cantonner dans le droit pur.

Il nous reste à voir les effets juridiques et pratiques de cette action, à saisir la physionomie du procès, qui ne se déroule pas sans incidents, et à considérer les positions qu'adoptent les parties, et l'attitude des tribunaux. Enfin, nous nous arrêterons quelque peu à la liquidation des intérêts opposés, et à la question toujours épineuse du paiement des traites acceptées.

*
* *

Pour des raisons psychologiques que nous exposerons plus loin, la plupart des victimes se résignent à leur sort, et font l'effort nécessaire pour payer. Lors-

que, au contraire, l'acheteur résiste, et se porte reconventionnellement demandeur en résolution de la vente (à moins que, prenant les devants, il n'ait, le premier, assigné en nullité), quelle va être l'attitude de son adversaire ?

Dans la phase des pourparlers, tous les vendeurs sans exception le prennent de fort haut, et les dossiers de vente frauduleuse contiennent tous des lettres comminatoires, menaçantes, insolentes, parfois agrémentées de subterfuges puérils pour impressionner le commerçant présumé timide et naïf (1). Mais, dès que la menace du procès se précise, cette tactique fait souvent place à un désir de conciliation. On « jette du lest », on abandonne une échéance ici, tant pour cent par unité là ; ou bien on propose d'améliorer les conditions du monopole, qui serait porté à dix-huit mois ou deux ans. Il arrive même qu'on offre de reprendre la marchandise, et de la remplacer par une autre de même marque, « mais de qualité loyale et marchande » (2) !

Ces reculs n'arrêtent pas le détaillant, bien décidé à rompre le marché, et le vendeur est obligé d'étayer sa demande en paiement, ainsi que sa défense à la demande en nullité.

Le premier de ses arguments sera que l'acheteur a signé, de son plein gré, et en connaissance de cause. Aucune discussion ne devrait donc être possible. Au surplus, dira-t-il, le contrat était imprimé ; on a pu le lire, et les dispositions en sont limpides. Comment croire qu'il y ait eu dol, erreur, violence, ou autres irrégularités ? Cet acheteur est un commerçant patenté, averti des affaires, d'un naturel méfiant. Il n'est pas un enfant dont

(1) Un petit grossiste qui pratiquait la vente à monopole d'un produit insecticide répondait aux protestations de ses acheteurs en faisant signer ses lettres par son employé ; la signature était précédée d'un cachet : « Le chef des poursuites ».

(2) Trib. Comm. Le Havre, 9 mars 1925. *Rec. Le Havre*, 1925, 132.

on puisse se jouer. D'ailleurs, ne cherche-t-il pas seulement à s'échapper d'un contrat qui le déçoit ? Que deviendrait le commerce si tous ceux qui font des affaires médiocres pouvaient en obtenir la nullité !

Pour peu que quelques flacons aient été vendus, ou qu'un premier paiement ait été effectué, on fera plaider qu'il y a commencement d'exécution, ce qui interdit d'engager une action en nullité ou en résolution.

On établira enfin que la marchandise est excellente, qu'elle a été écoulée sans difficultés partout ailleurs, et on insinuera que la mévente est une conséquence de l'incapacité du détaillant.

Les juges n'accordent généralement qu'une attention distraite à ces arguments ; ils en connaissent la vanité, ils savent qu'ils procèdent fréquemment d'une mauvaise foi absolue. Leur décision est irrésistiblement entraînée par le dommage subi par l'acheteur, l'évidente capacité de nuire et la déloyauté du vendeur. Bien souvent commerçants eux-mêmes, le fait brutal d'un préjudice causé cyniquement à un commerçant les rend particulièrement sensibles à la notion de dol, et nous avons vu que parfois cette impulsion les entraînait au delà ou en dehors des principes dont l'application s'impose en droit pur.

Mais il advient cependant que le vendeur obtienne gain de cause, et ceci dans deux ordres de situations différentes : ou bien la bonne foi est de son côté, ou bien il est parvenu à emporter la conviction du tribunal par une argumentation solide et sans fissure.

Dans le premier cas, il y a souvent de la part de l'acheteur une véritable intention dolosive. Il ne faut pas oublier que le contrat de vente à monopole est en soi licite et utile ; certains fabricants ou grossistes le pratiquent couramment, à la satisfaction de leur clientèle. Mais, comme toute opération commerciale, celle-ci comporte des risques, que l'acheteur n'a pas été sans apprécier au

moment où on la lui a proposée. S'il n'a pas eu affaire à un représentant malhonnête, il a eu le temps de peser les avantages et les inconvénients du marché, de réfléchir et de ne se décider qu'à bon escient. Lorsque, au bout d'un temps assez long, plusieurs mois souvent, il attaque son vendeur, il y a contre lui une forte présomption de mauvaise foi.

C'est en s'inspirant de ces considérations que les tribunaux n'ont pas fait droit à certaines demandes en nullité (1).

D'autres, relevant du second cas, ne sont pas inspirées par la mauvaise foi ; bien au contraire, on peut se demander si, sous l'argumentation victorieuse et irréprochable du vendeur, n'apparaît pas l'ombre de manœuvres frauduleuses, menées avec beaucoup de doigté, donc à peine perceptibles. Il arrive qu'une lecture même attentive de la décision ne permette pas de découvrir le jeu des adversaires, et qu'on reste dans l'incertitude (2).

(1) Voir notamment : Trib. Comm. Le Havre, 10 mars 1890. *Rec. Le Havre*, 1890, 1, 109 ; Trib. Comm. Le Havre, 6 mai 1929. *Gaz. Trib.*, 29 octobre 1929 ; Angers, 20 décembre 1933. *Gaz. Pal.*, 1934, 1, 261. (Décisions citées supra, p. 12 et suiv.)

(2) C'est ainsi que le Tribunal de Commerce de la Seine paraît avoir hésité longuement avant de fixer sa conviction, dans l'espèce suivante :

Le représentant de la Société « L'Abeille Rétaise » avait signé à un sieur Grosbois un bon d'achat pour huit caissettes de 185 boîtes de deux produits raticides marque « Groboisine » ; invoquant d'obscures falsifications, la société prétendit par la suite n'avoir commandé qu'une moindre quantité :

« Attendu que la Société « L'Abeille Rétaise » prétend qu'elle n'aurait acheté que 185 boîtes de chacun des produits susvisés, et non quatre caissettes de chacun d'eux, qu'elle aurait été surprise de voir, à la confirmation de la commande et à la réception de la facture ; que l'adjonction du chiffre « quatre » en lettres aurait modifié les conditions indiquées par le représentant de Grosbois ; que d'ailleurs cette vente présenterait toutes les caractéristiques d'une vente dite « à monopole », dont les procédés ont été flétris par jugement de ce siège en date du 25 novembre 1924 ; que l'exclusivité donnée par Grosbois ne serait qu'un avantage illusoire en regard de l'importance de la commande, alors que la quantité figurant au contrat serait supérieure aux besoins de plusieurs années des 10 000 habitants des deux cantons ; que, dans ces conditions, elle serait fondée à requérir l'annulation pour cause de dol de toute la partie du

Un jugement du Tribunal de Commerce de Marseille a retenu encore notre attention par l'importance de la question de droit qu'il avait à résoudre et la solution qu'il a cru devoir lui donner.

L'espèce était la suivante : une dame Hugues avait acheté à un sieur Vincent une certaine quantité de marchandise suivant un contrat de vente à monopole ; pour le paiement, trois traites avaient été signées. Après avoir écoulé une partie du stock et avoir fait honneur à deux échéances, M^{me} Hugues refusa d'effectuer le troisième versement ; assignée en faillite et subsidiairement en

contrat excédant les 185 boîtes du produit en pâte et les 185 boîtes du produit en poudre ;

« Mais attendu que l'adjonction du chiffre « quatre » ne saurait valablement être retenue à l'encontre de Grosbois comme constituant une manœuvre ayant eu pour but d'augmenter les quantités convenues, alors que le représentant de la Société « L'Abeille Rétaise » a apposé sa signature sur le bon de commission susanalysé, en la faisant précéder des mots : « Lu et approuvé », et qu'immédiatement au-dessus de ces mots se trouve cette mention : « en tout huit caissettes » ; que, d'ailleurs, cette allégation n'a été formulée par la société demanderesse que dans les motifs de son exploit introductif d'instance, alors que par lettre, en date à Saint-Martin-de-Ré, du 8 mai 1925, à enregistrer, elle se bornait à aviser Grosbois qu'elle pense avoir passé marché de 185 boîtes de pâte et 185 boîtes de poudre, contenues les unes et les autres en quatre caissettes, et non 185 boîtes dans chacune d'elles ;

« Attendu que c'est donc sans contestation possible et sans qu'il y ait eu la moindre tromperie à cet égard, pour les quantités figurant sur le bon de commission susvisé, que le marché a été conclu ;.....

« Attendu que la Société « L'Abeille Rétaise » ne démontre nullement que l'agent de Grosbois par l'intermédiaire de qui le marché a été conclu lui aurait déclaré qu'il s'agissait en l'espèce d'un contrat de dépôt ;

« Attendu que le texte et les termes du bon de commission précité sont nets, précis, et ne donnent lieu à aucune interprétation équivoque ; que l'on ne peut voir dans l'exclusivité de la vente réservée à la Société « L'Abeille Rétaise » qu'un avantage à elle concédé et de nature à lui permettre de fixer l'importance de son achat ;

« Attendu qu'il est sans intérêt de rechercher si le nombre des habitants des cantons dans lesquels devait s'effectuer la vente du produit acheté rendait illusoire les effets de cette exclusivité, la société demanderesse devant, mieux que son vendeur, connaître les besoins de sa clientèle, alors surtout qu'il s'agissait d'un produit destiné à détruire des rongeurs dont la quantité n'est pas nécessairement fonction du nombre des habitants ;

« Attendu que dès lors, faute par la Société « L'Abeille Rétaise » d'établir l'existence de procédés dolosifs susceptibles s'entraîner la nullité de la

paiement, elle conclut au débouté de Vincent, motif pris de ce qu'il s'agissait d'une vente à monopole.

Dans sa partie essentielle, le jugement est ainsi rédigé :

« Attendu que les ventes de cette nature ne sont pas nulles de plein droit ; qu'elles ne sont susceptibles d'être attaquées par la voie de la nullité ou de la résiliation que dans les cas de dol ou d'inexécution de la part du vendeur, quand, de ce dernier chef notamment, celui-ci ne remplit pas ses obligations pour la publicité ou la réclame promise ; mais qu'aussi bien les causes de nullité dont elles seraient entachées peuvent être couvertes par une exécution volontaire des contrats, emportant par elle-même la renonciation aux moyens et exceptions

convention susvisée, il convient de rejeter ce chef de sa demande en le déclarant mal fondé ;

« Sur le surplus de la demande principale :

« Attendu qu'il convient de remarquer que le marché précité a été conclu par le représentant de la Société « L'Abeille Rétaise » ;

« Attendu que Grosbois ne démontre pas que ce représentant avait qualité pour engager ladite société ; que, par suite, ce marché ne constituait qu'une simple pollicitation qui exigeait pour devenir parfaite la confirmation de la société elle-même ;

« Attendu que non seulement celle-ci n'a pas donné cette confirmation, mais qu'encore il ressort de ce qui précède qu'elle en a contesté la validité pour une partie ; que par suite le contrat de vente ne s'est pas formé entre les parties ;

« Attendu toutefois que, des motifs mêmes de sa demande, et des termes d'une lettre en date à Saint-Martin-de-Ré, du 28 avril 1925, à enregistrer, il ressort que la Société « L'Abeille Rétaise » a accepté le marché pour 185 boîtes du produit en pâte et 185 boîtes du produit en poudre ; qu'il appert du contexte même du bon de commission susvisé que le prix de ces marchandises, imprimé à l'avance, reste le même pour cette quantité que pour celle qui y est mentionnée ; que, dès lors, la vente est parfaite pour ladite quantité ; qu'il y a lieu, en conséquence, de dire, comme le requiert la Société « L'Abeille Rétaise », que le marché dont s'agit ne porte que sur 185 boîtes du produit « Grosboisine » en pâte et 185 boîtes en poudre, et ce en accueillant le surplus de sa demande, mais en laissant toutefois les dépens de son instance à sa charge, aucune condamnation ne devant sur cette instance être prononcée contre Grosbois (Trib. Comm. Seine, 1^{er} décembre 1925. *Gaz. Pal.*, 1926, 1, 491).

Nous avons tenu à citer presque *in extenso* cette décision, parce que son texte même fait ressortir la perplexité dans laquelle se sont trouvés les juges ; leur défiance les dressait *a priori* contre le vendeur, dont les explications étaient quelque peu embarrassées, mais ils reconnaissaient en même temps la valeur de ses arguments ; l'attitude de l'acheteur, de son côté, n'avait peut-être pas toute la netteté désirable.

auxquels les conventions auraient donné lieu ; que c'est ce qui s'est produit en l'espèce, la dame Hugues ayant déjà payé deux traites antérieures concernant la vente dont il s'agit, vendu une partie de la marchandise, et par là même exécuté les accords contre lesquels elle est, par suite, non recevable à faire valoir quelque cause de nullité que ce soit (1). »

Cette décision est intéressante. Elle pose franchement le principe de la validité de la vente à monopole en soi, principe qui, nous l'avons dit, n'a été admis que récemment par la jurisprudence, et elle accorde toute son importance à l'inexécution de la publicité comme cause de nullité.

Surtout, elle pose la question du commencement d'exécution de la part du demandeur en nullité. On peut concevoir celle-ci dans les termes suivants : le fait pour le créancier d'une obligation inexécutée dans un contrat synallagmatique, d'avoir commencé à exécuter sa propre obligation, l'empêche-t-il d'agir en résolution du contrat ?

La doctrine et la jurisprudence sont d'accord pour répondre négativement. Peu importe qu'il y ait de la part du créancier de l'obligation inexécutée un commencement d'exécution : il conserve le droit de demander la résolution du contrat en application de l'article 1184 (2) ; depuis longtemps, la Cour de Cassation a fixé sa jurisprudence dans le même sens, estimant « que la réception et même l'usage des marchandises par l'acheteur ne peut élever une fin de non recevoir contre l'action qu'il peut intenter plus tard en soutenant que ces marchandises n'étaient pas de la nature stipulée au contrat (3) ».

(1) Trib. Comm. Marseille, 30 juin 1932. *Rec. Marseille*, 1932, 1, 322.

(2) Conf. M. PLANIOL et G. RIPERT, *Traité pratique de Droit civil français*, t. VI, n° 432.

(3) Cass. Req., 10 janvier 1870. *S.*, 1870, 1, 208 ; voir également dans le même sens : Cass. Req., 13 mai 1878. *S.*, 1878, 1, 253.

Tel est le principe. Pourquoi ne s'appliquerait-il pas à la vente à monopole ? Rien ne s'y oppose, et de très nombreuses décisions ont statué dans ce sens. Des demandes en nullité, émanant de commerçants qui étaient parvenus à vendre un peu de marchandise, ou à payer un premier acompte, ont, à plusieurs reprises, reçu satisfaction (1). A première vue, la solution adoptée par le Tribunal de Marseille paraît donc critiquable.

Mais, à vrai dire, elle ne s'explique pas suffisamment sur les circonstances de fait pour nous permettre de nous prononcer en connaissance de cause. Combien de temps s'était écoulé entre la vente et le refus de paiement de la traite ? Quelle était la proportion de marchandise vendue ? Quelles avaient été les conditions du marché ? Autant de points qui, éclaircis, feraient peut-être apparaître la mauvaise foi du côté de l'acheteur. Si, en effet, celui-ci a payé les deux tiers du prix et vendu son stock dans la même proportion, il est mal venu à réclamer la résolution du contrat, même si la marchandise ne correspondait pas exactement à ce qu'il avait commandé. Tel était peut-être le cas de la dame Hugues, et on ne pourrait alors rien objecter à la décision des juges consulaires de Marseille.

Il semble, en réalité, en ce qui concerne la vente à monopole, qu'une exécution avancée par l'acheteur élève une fin de non recevoir contre l'action éventuelle en résolution pour inexécution de sa part. Avant d'affermir leur conviction, les juges devront vérifier de quel côté est la mauvaise foi, ou, bien souvent, de quel côté il y a le plus de mauvaise foi. Le résultat de cette recherche influencera grandement leur décision.

(1) Notamment : Trib. Comm. Seine, 25 novembre 1924. *Gaz. Pal.*, 1925, 1, 355 ; Trib. Comm. Marseille, 20 novembre 1929. *Rec. Marseille*, 1929, 1, 324.

* * *

Lorsque la résolution de la vente est prononcée aux torts du vendeur, celui-ci doit reprendre la marchandise invendue, et restituer à l'acheteur le prix, ou les acomptes versés. Cette opération ne présente pas de difficulté lorsque le prix a été versé en argent. Il en va différemment lorsque des traites ont été tirées sur l'acheteur, et surtout, comme il arrive fréquemment, lorsqu'il les a acceptées.

Les effets acceptés circulent, en effet, avec rapidité, et, quelques jours après leur acceptation, ils sont déjà entre les mains de tiers porteurs, dont la bonne foi, dans le cas de la vente à monopole frauduleuse, n'est pas toujours certaine. Juridiquement et pratiquement, l'existence des traites acceptées pose un problème délicat en cas de résolution de la vente, problème auquel les tribunaux ont donné des solutions en rapport avec les situations de fait.

On se trouve, en effet, devant l'une de ces deux situations : au moment du jugement, la traite est encore entre les mains du vendeur, ou bien elle a déjà été remise à un tiers porteur.

Si la traite se trouve encore entre les mains du vendeur, celui-ci devra simplement la restituer à l'acheteur, qu'elle soit ou non venue à échéance. S'il y en avait plusieurs et qu'une seule soit échue, elles devront toutes être retournées.

Mais les vendeurs, dont les entreprises sont souvent peu consistantes, et n'ont que des marges de trésorerie très minces, se hâtent d'endosser les effets et de les remettre à des tiers porteurs. Il n'est pas rare que ceux-ci soient des comparses, des amis avec qui le vendeur a l'habitude de travailler : ils n'ignorent rien de son genre d'activité, ni du caractère frauduleux des opérations que

représentent les traites qu'il leur remet (1). Or il sera bien malaisé de démontrer leur mauvaise foi, et de mettre en lumière la collusion.

Il arrive cependant que celle-ci soit si évidente que les juges ne puissent pas ne pas en tenir compte. S'étant trouvé devant un cas de ce genre, le Tribunal de Commerce du Havre sut parfaitement discerner les éléments de l'entente frauduleuse.

Un sieur Colozier, ayant acheté suivant contrat de vente à monopole à la Société A. R. G. I. C. 500 tableaux d'affichage de prix, accepte un effet de 2 000 francs. Les tableaux étant de mauvaise qualité, et la publicité n'ayant pas été faite, Colozier demande au vendeur de les reprendre et de lui restituer la traite. En réponse, il est assigné en paiement de l'effet par la Société Imprimerie Darboy, tiers porteur. Après un exposé précis des circonstances, le jugement est ainsi libellé :

« Attendu que la Société Imprimerie Darboy a eu connaissance de ces réserves (de Colozier) ; qu'elle ne peut donc prétendre que Colozier n'a jamais soulevé de protestations contre la qualité ;

« Attendu que, malgré l'annulation de la commande, les tableaux furent envoyés en novembre 1936, et furent refusés ;

« Attendu qu'il résulte d'une jurisprudence établie que le tiers porteur d'un effet de commerce ne peut en poursuivre le paiement que s'il est de bonne foi ;

« Attendu que la Société Imprimerie Darboy est le fabricant desdits tableaux, dont elle a confié la vente à la Société A. R. G. I. C., qu'elle ne peut donc prétendre être tiers porteur de bonne foi ;

« Attendu que la Société Imprimerie Darboy, par voie de conclusions, réclame à Colozier des dommages-intérêts s'élevant à 6 000 francs, à raison des agissements

(1) Voir note page 49.

dont il a fait usage tant antérieurement que postérieurement à l'assignation ;

« Attendu que la Société Imprimerie Darboy n'apporte aucune preuve du préjudice subi, qu'il n'y a donc pas lieu de retenir sa demande ;

« Par ces motifs — Joignant les demandes et statuant en premier ressort ;

« Dit et juge que la Société Imprimerie Darboy, fabricant des tableaux vendus, n'a pas la qualité de tiers porteur de bonne foi ;

« Reçoit la Société Imprimerie Darboy additionnellement demanderesse, l'en déboute ;

« Condamne la Société Imprimerie Darboy en tous les dépens (1). »

C'est un procédé tout à fait classique, de la part du fabricant d'un produit médiocre, que de créer une société fantôme, à lui inféodée, qui se charge des opérations toujours risquées de vente à monopole. Une fois le contrat signé, les traites tirées par le vendeur sont remises au fabricant, qui, pour l'acheteur non averti, apparaît comme un étranger.

Mais, en général, les vendeurs à monopole sont trop avisés pour donner prise aux soupçons des juges, ou, plus exactement, s'ils donnent prise à ces soupçons, leurs manœuvres sont suffisamment dissimulées pour être insaisissables. Aussi a-t-il fallu des solutions qui, admettant la bonne foi du tiers porteur, n'en préservent pas moins les intérêts de l'acheteur.

Ces solutions sont différentes selon que l'action est engagée par l'acheteur, agissant en nullité du contrat, ou par le tiers porteur, agissant en paiement après protêt.

Dans le premier cas, il nous faut distinguer encore suivant que la traite a été payée à l'échéance ou ne l'a pas été.

(1) Trib. Comm. Le Havre, 3 mai 1937. *Rec. Le Havre*, 1937, 1, 111.

Si elle a été payée, les tribunaux s'arrêtent généralement à une solution très simple, qui est de faire désintéresser l'acheteur par le vendeur, directement. Celui-ci devra verser à celui-là le montant de l'effet.

Si, au contraire, le paiement n'a pas encore eu lieu, le juge obligera le vendeur à racheter au tiers porteur la lettre de change, et à la restituer à l'acheteur, en échange de la remise des marchandises. Cette opération sera des plus facile en raison de la collusion qui, comme nous l'avons dit, existe souvent entre le tireur et le tiers porteur.

Dans le second cas, l'acheteur est resté passif. S'il a protesté contre le marché dans lequel on l'a entraîné, il n'a pas été au delà, et n'a pas pris l'initiative d'un procès. Lorsque la traite acceptée lui est présentée à l'échéance, il en refuse purement et simplement le paiement, et la laisse protester. Peu de temps après, il est assigné en paiement, quelquefois même en faillite, puisque le fait de ne pas honorer un effet accepté suffit pour mettre un commerçant en état de cessation de paiements.

L'acheteur, tiré, pourra-t-il alors opposer au tiers porteur les différents arguments qu'il pourrait opposer au vendeur : le dol, l'erreur, l'inexécution, en un mot la nullité de la vente ? Plus précisément, pourra-t-il lui opposer le défaut de provision de la lettre de change ? Certainement non. L'article 117 du Code de Commerce est très net : « L'acceptation suppose la provision. Elle en établit la preuve à l'égard des endosseurs. » L'article 121, d'un autre point de vue, établit la même obligation dans son alinéa premier : « Celui qui accepte une lettre de change contracte l'obligation d'en payer le montant. » Il y a dans ce sens une jurisprudence abondante et indiscutée (1). Le tiré accepteur ne peut

(1) Notamment : Cass. Req., 13 mars 1889. *D. P.*, 1890, 1, 249 ; Cass.

donc *jamais* opposer au tiers porteur l'absence de provision, sauf naturellement s'il peut prouver la mauvaise foi de ce dernier.

Il ne sera pas pour autant obligé de subir les conséquences des agissements irréguliers de son vendeur, et il ne suffira pas à celui-ci d'un endossement rapide pour recueillir le fruit de ses manœuvres dolosives.

Le tireur devra garantir le tiré des condamnations qui pourront être prononcées contre lui. La tactique de l'acheteur sera la suivante : aussitôt après avoir été assigné en paiement, il assignera à son tour le vendeur, tireur de l'effet, en intervention et garantie, en basant son action sur les moyens de droit les mieux appropriés à l'obtention de la nullité de la vente. Si sa position est solide sur ce dernier point, il obtiendra immanquablement gain de cause.

Dans une espèce assez récente, la Cour de Besançon eut à se prononcer sur une question de ce genre :

Un sieur Carisey ayant acheté d'un sieur Prot une forte quantité de marchandises, suivant contrat de vente à monopole, avait accepté des traites. La vente s'étant révélée frauduleuse, Carisey refusa le paiement de l'effet au tiers porteur, la banque Birabant, dont la bonne foi ne pouvait être sérieusement contestée, et appela Prot en garantie. Les premiers juges annulèrent le marché pour dol, et déboutèrent la banque de sa demande, sans tenir compte de l'appel en garantie. Sur appel de la banque Birabant, la Cour, après avoir reconnu d'une part sa bonne foi, d'autre part le bien-fondé des réclamations de Carisey, rendit un arrêt dans lequel elle s'exprime ainsi :

« Considérant que cette décision (celle des premiers juges) se heurte aux dispositions du Code de Commerce, article 121 ; qu'il en résulte que quiconque accepte une

Req., 11 novembre 1891. *D. P.*, 1893, 1, 90 ; Cass. Req., 23 mars 1908. *D. P.*, 1908, 1, 277 ; Paris, 22 juin 1892, *D. P.*, 1892, 2, 410.

lettre de change contracte l'obligation d'en payer le montant ; que, pour se soustraire à son obligation, Carisey devrait rapporter la preuve que le tiers porteur est de mauvaise foi ; que cette preuve n'est pas rapportée ; qu'elle ne saurait, ainsi qu'il le prétend, dériver de cette double circonstance que la banque est en état de liquidation judiciaire, et que Prot n'est pas un commerçant sérieux ;

« Considérant au surplus que les rapports de l'acheteur et du vendeur restent étrangers au tiers porteur de bonne foi, auquel en aucun cas la nullité de la vente ne peut être opposée ; que le tiré accepteur n'a d'autre droit que de mettre en cause son vendeur pour exercer contre lui une action en garantie ;

« Considérant qu'à bon droit Carisey a, vis-à-vis de Prot, suivi cette procédure (1) ; ... »

Le dispositif condamne Carisey à payer à la banque Birabant le montant de la traite, et, prononçant la résolution de la vente, condamne Prot à garantir Carisey de toutes les condamnations qui pourront être prononcées contre ce dernier.

La Cour a donc très bien discerné les éléments de la question, contrairement au tribunal, qui, à la suite d'une analyse trop superficielle, s'était laissé influencer par la gravité des manœuvres dolosives.

Il est évident que, si la traite n'est pas acceptée, la situation sera toute différente, parce que le tiré pourra opposer l'absence de provision au tiers porteur.

Dans cet ordre d'idées, la Cour de Rouen a eu à connaître d'une espèce assez particulière.

Une vente à monopole était intervenue entre un sieur Varin et la Société Pacific Petroleum, ayant pour objet un stock d'huile de graissage. Il semble que la société n'ait pas été bien sérieuse et qu'elle ait eu l'habitude

(1) Besançon, 16 décembre 1935. *Gaz. Pal.*, 1936, 1, 396.

de ce genre de commerce ; d'autre part, l'acheteur ne paraît pas avoir été d'une bonne foi irréprochable. Varin avait accepté trois traites ensuite endossées au Crédit Lyonnais, qui les lui avait présentées à l'échéance. Varin avait alors dénié la signature des acceptations, et laissé entendre qu'elle émanait de sa femme. Pour éviter des complications, l'établissement de crédit avait déclaré renoncer à utiliser les acceptations. Varin lui avait alors opposé la nullité de la vente, dont il demandait la résolution en vertu de l'article 1184 du Code civil, pour inexécution de la publicité. De cette façon, les traites se trouvaient sans provision, et, en tout cas, la preuve de l'existence d'une provision à la charge du tiers porteur.

Malgré le rôle éminemment suspect joué par l'acheteur, le sieur Varin, la Cour, confirmant le jugement du Tribunal de Commerce de Fécamp dans son dispositif, mais modifiant ses motifs, prononça la résolution du marché, et débouta de ce fait même le Crédit Lyonnais, estimant « que ce fait (l'inexécution de la publicité) constituant un manquement grave aux engagements pris, et par suite une inexécution du contrat, la Pacific Petroleum ne serait pas fondée à en réclamer l'exécution à son profit par le paiement des traites litigieuses, et que le Crédit Lyonnais qui la représente sur l'instance ne peut avoir plus de droits qu'elle (1) ;... ».

Cette décision met bien en valeur l'importance de l'acceptation de la lettre de change dans la liquidation de la vente à monopole frauduleuse, discerne parfaitement que le défaut de la position du vendeur, où on doit chercher à l'atteindre, est dans l'inexécution de la publicité, et définit avec exactitude le lien de droit qui existe entre les trois parties : vendeur-tireur, acheteur-tiré, et tiers porteur.

(1) Rouen, 16 octobre 1931. *Rec. Le Havre*, 1932, 2, 5.

CHAPITRE III

LA RÉPRESSION

La vente à monopole frauduleuse constitue incontestablement un mal social ; elle est une des nombreuses pratiques répréhensibles qui se glissent dans l'activité commerciale ; elle a contribué, par sa fréquence, à jeter sur un mode de vente parfaitement licite un discrédit qui ne s'est dissipé que depuis quelques années. Aussi le devoir des tribunaux n'est-il pas seulement d'anéantir ceux des contrats frauduleux dont ils ont à connaître. Ce serait une conception trop étroite du rôle de la Justice. Ils doivent tendre à une répression d'ensemble des vendeurs dénués de scrupules, et à les faire disparaître définitivement du monde des affaires. Or il ne suffit pas, pour atteindre cet objectif, de rendre des jugements dont les attendus, très durs pour les auteurs des fraudes, flétrissent leurs procédés ; ces réprimandes sont sans effet sur des individus dont le moins qu'on puisse dire est que les sanctions morales les laissent indifférents. Serait seule efficace une répression énergique, infligeant des sanctions graves et redoutées. Que pourraient être celles-ci, sinon des dommages-intérêts très lourds, ou, le cas échéant, des condamnations pénales ?

Il convient donc d'étudier la question de la répression en deux sections distinctes, à la lumière du droit civil pour la première, et du droit pénal pour la seconde.

SECTION I.

LES DOMMAGES-INTÉRÊTS

Un examen général de la jurisprudence permet de constater que le vendeur à monopole de mauvaise foi n'est presque jamais condamné à des dommages-intérêts. On peut légitimement s'étonner d'une pareille attitude, et il y a lieu d'en rechercher l'explication.

Si quelques ventes à monopole frauduleuses viennent jusque devant les juges, il en est beaucoup qui ne dépassent jamais le cadre d'une correspondance venimeuse entre les parties, et d'une exécution malaisée ou désastreuse. La plupart des victimes renoncent à agir en nullité, préférant s'exécuter, soit totalement, soit partiellement si elles peuvent obtenir des conditions adoucies. Répulsion instinctive pour les procès, crainte du scandale (surtout dans les petites villes, et lorsqu'il y a eu des traites acceptées), sentiment d'infériorité à l'égard d'une firme apparemment puissante, sachant user des meilleurs moyens d'intimidation, bien d'autres raisons encore incitent les acheteurs à s'incliner.

Les vendeurs le savent bien, et cette docilité certaine de la plupart des détaillants à qui ils s'adresseront entre dans leurs prévisions. Nous avons vu, en effet, qu'ils choisissent leurs victimes avec soin, évitant les personnes averties ou énergiques, dont la résistance modifierait leurs plans, et enlèverait à leurs combinaisons toute espèce de rentabilité.

Certains acheteurs, malgré tout, refusant de céder, s'opposent avec ténacité aux prétentions impérieuses de leurs adversaires, et, loin de se laisser intimider, acceptent le procès, ou même le déclenchent. Les vendeurs tiennent également compte de ceux-là ; ils calculent que, sur un nombre déterminé de ventes, il y aura

une certaine proportion de procès, qui, sauf exception, sont tous perdus d'avance. Qu'à cela ne tienne ! Ces contestations entreront dans les frais généraux. Rien de plus facile, puisque le risque maximum est la résolution de la vente, avec reprise des marchandises et restitution du prix. Un manque à gagner, sans doute, mais pas de pertes, sinon les frais de justice.

L'importance de la question des dommages-intérêts apparaît immédiatement. Pas de dommages-intérêts, la défaite du vendeur malhonnête est sans gravité ; abandonnant la mauvaise affaire, il cherchera d'autres dupes, parmi lesquelles il n'y aura qu'un petit nombre de rebelles. Si, au contraire, le tribunal avait prononcé une condamnation à des dommages-intérêts sévères, les frais généraux se trouveraient considérablement augmentés, et les quelques acheteurs dont il devrait escompter la résistance suffiraient à décourager le vendeur.

Si évidentes que ces conséquences puissent paraître, les tribunaux sont bien rares qui sont entrés dans la voie des dommages-intérêts. Mais, lorsqu'ils le font, ils considèrent que le préjudice subi par l'acheteur est indiscutable, et, s'ils modifient le chiffre de la réparation demandée, ils en admettent sans hésitation le principe.

Le Tribunal de Commerce de Saint-Étienne, saisi d'une demande en nullité d'une vente à monopole, en prononce l'inexistence pour défaut de concomitance des consentements ; puis il apprécie la demande en dommages-intérêts de l'acheteur dans les termes suivants :

« Sur la demande en dommages-intérêts formée par Dechêne accessoirement à sa demande en résiliation de conventions :

« Attendu que les manœuvres répréhensibles employées par le voyageur de la Société X..., dont ladite Société est responsable par application des dispositions

de l'article 1384 du Code civil, ont eu pour résultat, en viciant son consentement, de l'enlacer dans les liens d'un contrat imparfait, dont il est obligé de demander la nullité, soit par action directe en introduisant l'instance dont le Tribunal est saisi, soit en défendant à la demande dont il est l'objet lui-même de la part de la Société X..., et tendant à la validation de ce même contrat ; que l'obligation dans laquelle il s'est trouvé, soit d'actionner lui-même la Société X..., soit de défendre à l'action dirigée contre lui par cette Société, a été pour lui la source de pertes de temps considérables, et de débours nombreux en frais et faux frais que la simple condamnation aux dépens n'est pas de nature à couvrir ; que sa demande en paiement de dommages-intérêts est donc, en principe, justifiée, et que le Tribunal puise dans les divers documents de la cause tous les éléments d'appréciation nécessaires à l'effet de déterminer équitablement le quantum des dommages-intérêts dus (1). »

Le temps perdu, les débours occasionnés par le procès, les préoccupations graves auxquelles l'acheteur a été sujet sont ici les éléments qui justifient aux yeux des juges l'allocation d'une somme d'argent à titre de réparation. Mais on peut songer à un autre préjudice subi par l'acheteur : la suspicion à son égard, inévitable lorsqu'il est obligé de refuser d'honorer une lettre de change. Dans les petites localités surtout, l'affaire, transmise de bouche en bouche avec les déformations habituelles, peut déconsidérer gravement le commerçant qui, en fait, n'a été qu'une victime. C'est le point de vue qu'adopta le Tribunal de Commerce de Marseille lorsque, ayant à statuer sur le refus, par un acheteur, de payer une traite acceptée à l'occasion d'une vente frauduleuse, il estima « que les Laboratoires du Lysinol ayant fait dresser un protêt de

(1) Trib. Comm. Saint-Étienne, 16 décembre 1903. *La Loi*, 28 janvier 1904.

la traite à échéance de fin septembre 1929, alors même que, si la vente avait été régulière, la prorogation de ladite traite aurait dû avoir lieu, ont sciemment porté préjudice à Turries par suite de la déconsidération, dans un petit pays, qui se rattache à l'effet d'un protêt, des dommages-intérêts doivent lui être alloués (1) ».

Mais, ainsi que nous l'avons dit, il est rare que les tribunaux prennent ainsi position. Presque tous les acheteurs réclament des dommages-intérêts, et la plupart des jugements ou arrêts indiquent que le préjudice allégué n'est pas établi, ou bien, s'ils ne nient pas son existence, ils déclarent que l'acheteur a commis une négligence, dont la sanction sera le refus de la réparation en argent.

Position logique, sans doute, défendable en soi, et qui tend à faire sentir à l'acheteur que son erreur ou sa naïveté ont été impardonnables. Nous avons montré, au début de cette étude, à quelles proportions erreurs et naïvetés atteignent, allant jusqu'à l'invraisemblance. Mais, ce faisant, les juges remplissent-ils tout leur devoir social ?

Ils ne pourraient, au surplus, douter du fondement juridique de ces dommages-intérêts. Les décisions les plus nombreuses se réfèrent au dol pour déclarer nulles les ventes attaquées. Or on ne saurait concevoir un dol sans préjudice pour la victime, et tout préjudice peut motiver des dommages-intérêts. La nullité est-elle basée sur la garantie des vices cachés ? L'article 1645 du Code civil nous précise que, « si le vendeur connaissait les vices de la chose, il est tenu, outre la restitution du prix qu'il a reçu, *de tous les dommages et intérêts envers l'acheteur* ». La vente sera-t-elle, au contraire, résolue pour inexécution de la clause de publicité par le vendeur ? On recourra

(1) Trib. Comm. Marseille, 19 novembre 1930. *Rec. Marseille*, 1930, 1, 344.

à l'application de l'article 1184, dont le second alinéa est rédigé ainsi : « Dans ce cas, le contrat n'est point résolu de plein droit. La partie envers laquelle l'engagement n'a point été exécuté a le choix ou de forcer l'autre à l'exécution de la convention lorsqu'elle est possible, ou d'en demander la résolution *avec dommages-intérêts*. »

Des textes peuvent-ils être plus nets et plus explicites ?

En ce qui concerne le dernier, nous avons vu combien la résolution de la vente à monopole frauduleuse pour inexécution de la publicité rentrait exactement dans le cadre de l'institution juridique qu'il consacre. Or celle-ci comporte l'allocation de dommages-intérêts. Mais, nous dira-t-on, ils relèvent du pouvoir d'appréciation du juge ; ils ne sont pas obligatoires. Cela est exact, mais alors il faut convenir que, dans le cas de la vente à monopole, ce pouvoir s'exerce presque toujours dans un seul sens, favorable au vendeur, cependant que les espèces sont infiniment variées. Les tribunaux ne soumettent-ils pas avec un peu trop de docilité leur pouvoir d'appréciation à la norme de leur jurisprudence ?

Enfin, si les dommages-intérêts sont fondés en droit, ils le sont aussi traditionnellement, au moins si l'on adopte comme moyen la résolution pour inexécution. Création du Droit canonique, la résolution judiciaire eut à l'origine un caractère de peine civile absolument indiscutable, et ce caractère s'affirmait dans le versement d'une réparation en argent. La règle canonique, d'abord refusée par les pays de Droit écrit pour les contrats nommés, gagne toute la France à partir du xvi^e siècle, conservant toujours plus ou moins sa teinte pénale. Dans certaines provinces même, celle-ci reste très sensible : en Normandie, jusqu'à la fin de l'Ancien Droit, le vendeur non payé peut, après le prononcé de la résolution, conserver les acomptes versés à titre de dommages-intérêts.

Fondement historique, fondement juridique, nécessité

de défense sociale, de tous côtés des arguments se présentent pour justifier la condamnation du vendeur à monopole de mauvaise foi à des dommages-intérêts.

SECTION II.

LES POURSUITES PÉNALES

Des dommages-intérêts seront-ils suffisants pour intimider ceux que de nombreux jugements et arrêts ont qualifiés de professionnels de la vente à monopole frauduleuse ? Ce n'est pas certain, au moins en ce qui concerne les plus habiles d'entre eux, tandis que la perspective d'une répression pénale sévère pourrait les faire reculer.

Or, en fait, par suite d'une mansuétude assez difficile à expliquer de la part des parquets et des juges d'instruction, cette répression est à peu près nulle. Assez souvent, les victimes portent plainte contre les vendeurs ; mais, en général, le parquet ne poursuit pas, et, s'il poursuit, l'instruction est close par une ordonnance de non-lieu. Les magistrats ne paraissent pas voir que ces infractions, peu importantes prises isolément, deviennent assez graves si on considère dans toute son ampleur l'ensemble des perturbations qu'elles apportent au petit commerce.

La manifestation la plus éclatante de cet état d'esprit apparaît dans un arrêt de la Cour d'Appel de Paris de 1931 (1). Le Syndicat des marchands de cycles avait porté plainte contre Mossé et autres, à la suite d'une série de ventes à monopole frauduleuses réalisées avec succès par des agents de ce dernier. Sévèrement condamnés en

(1) Paris, 11 février 1931. *Gaz. Pal.*, 1931, 1, 624.

Police correctionnelle, les prévenus firent appel, et furent renvoyés des fins de la poursuite par la Cour.

Après un exposé sommaire des faits, la Cour motive ainsi sa décision :

« Mais que, si regrettables que soient ces faits, boniments ou mensonges écrits, ils ne sont pas, même pris ensemble, constitutifs du délit d'escroquerie ; qu'avant de conclure le marché et d'apposer leur signature tant sur les factures que sur les traites les plaignants n'avaient qu'à lire ces documents pour comprendre qu'il s'agissait non pas d'un contrat de dépôt, mais d'une vente ferme ; que l'un d'eux, le sieur Réault, a même expressément reconnu à l'audience qu'on lui avait bien dit qu'il s'agissait d'un achat... »

Lorsqu'on connaît les procédés des vendeurs, surtout des professionnels de la vente frauduleuse, lorsqu'on est à même d'apprécier la disproportion de moyens qui existe entre un modeste marchand de bicyclettes et deux agents de vente rusés et rompus à la pratique des affaires louches, lorsque, enfin, on sait l'extension qu'une pareille jurisprudence peut donner à une activité immorale au premier chef, on ne peut s'empêcher d'être surpris de la solution qu'une haute juridiction a cru devoir donner au procès.

Et tout naturellement un parallèle s'impose entre cette attitude et celle des tribunaux dont le refus d'accorder des dommages-intérêts peut se justifier par des considérations propres à une cause déterminée, mais devient indéfendable en face des exigences de la défense sociale.

Pas plus qu'on ne peut douter du fondement juridique des dommages-intérêts en notre matière, on ne peut hésiter à appliquer la loi pénale à la vente à monopole frauduleuse.

Une analyse rapide montre que le vendeur peut tomber sous trois chefs d'inculpation différents : faux, escroquerie, infraction à la loi du 1^{er} août 1905 sur la représ-

sion des fraudes dans la vente des marchandises et des falsifications des denrées alimentaires et des produits agricoles.

Faux. — C'est sous l'inculpation de faux en écriture privée (art. 150 du Code pénal) et plus exactement de ce qu'on a appelé le faux intellectuel que tombera le vendeur dans certains cas. Il y a faux intellectuel lorsque l'auteur de l'infraction, sans apporter aucune altération matérielle à l'acte, en dénature le contenu.

C'est bien ce qui se produit lorsque le représentant, après avoir affirmé au détaillant qu'il s'agissait d'un contrat de dépôt, lui fait signer un contrat de vente. Le vendeur ne saurait objecter que l'acheteur a eu le tort de ne pas lire entièrement l'acte avant de signer : l'intention frauduleuse étant établie, la jurisprudence est bien fixée dans le sens de la répression (1).

Mais, depuis le milieu du *xix^e* siècle, s'est fait jour une tendance à correctionnaliser le faux, dont les peines, de l'ordre criminel, paraissaient trop sévères, en le qualifiant autant que possible d'escroquerie. C'est donc plutôt sous ce dernier chef, qui d'ailleurs lui convient mieux, que pourrait tomber la vente frauduleuse.

Escroquerie. — L'escroquerie est non un crime, comme le faux, mais un délit. Objet du long article 405 du Code pénal, sa définition peut se résumer ainsi : commet le délit d'escroquerie tout individu qui se fait remettre des fonds, valeurs ou objets, en usant d'un faux nom ou d'une fausse qualité, ou en employant des manœuvres frauduleuses dans les conditions prévues par la loi. L'escroquerie diffère du vol en ce que la victime du délit a remis volontairement la chose que l'inculpé s'est appropriée. L'idée essentielle est donc la remise volontaire d'un bien par un individu à un autre, en contrepartie d'un bien ou d'un avantage irréal.

(1) Cass., 30 novembre 1850. *D.*, 1852, 5, 577.

C'est précisément ce qui advient à la victime d'une vente à monopole frauduleuse. En échange d'un paiement en argent, ou d'une lettre de change, il reçoit une chose d'une valeur nulle, ou au moins très inférieure à la valeur de ce qu'il a lui-même remis au vendeur.

Si nous analysons de plus près les deux notions, de vente à monopole et d'escroquerie, nous voyons qu'il y a entre elles parfaite concordance sur le chapitre des manœuvres frauduleuses employées pour parvenir au résultat final.

L'article 405 indique deux éléments, dont un seul suffit pour caractériser le délit :

a. Usage de faux nom et fausse qualité. Nous l'avons vu, les représentants usent parfois de faux noms, et fréquemment de fausses qualités, destinés à faire impression sur les petits commerçants.

b. Manœuvres frauduleuses. Dans presque toutes les espèces, on relève des manœuvres frauduleuses, depuis les références inexactes mentionnées sur les prospectus ou les feuilles de papier à en-tête, jusqu'au fait de se présenter à deux chez le détaillant, dans le dessein de se donner la réplique et d'apporter plus de poids à ses dires. Bien mieux, l'espérance d'un succès chimérique inscrite dans l'article 405 comme constitutive de manœuvres n'est-elle pas de l'essence même de la vente frauduleuse ? Il n'y a pas à rechercher d'autres éléments, et ce dernier, toujours présent, suffit amplement.

Loi du 1^{er} août 1905. — Ce texte ne fait que reprendre et développer l'ancien article 423 par lui abrogé. Le délit de tromperie ainsi défini consiste dans le fait, par une personne, d'en induire une autre en erreur sur les marchandises qu'elle lui livre ; point n'est besoin de manœuvres.

Il apparaît immédiatement que la vente à monopole frauduleuse tombe inévitablement sous le coup de cette disposition, qui s'y applique même dans les cas assez

rare où le vendeur pourrait arguer de l'absence de toute manœuvre.

En effet, l'article premier visant quiconque aura trompé ou tenté de tromper soit sur la nature, les qualités substantielles, la composition et la teneur en principes utiles de toutes les marchandises, soit sur leur espèce ou origine, soit sur la quantité des choses livrées ou leur identité, par la livraison d'une marchandise autre que la chose déterminée qui fait l'objet du contrat, emploie une formule si générale qu'elle englobe forcément tous les cas de ventes à monopole frauduleuses sans exception, dont l'essence est la tromperie sur la marchandise.

Bien entendu, aussitôt qu'il est avéré que la tromperie a été l'aboutissement de manœuvres, l'infraction devient une escroquerie et, comme telle, punie plus sévèrement (1).

On ne voit pas bien, dans ces conditions, comment on pourrait discuter sérieusement le caractère délictuel que peut revêtir la vente à monopole frauduleuse, ni pourquoi la Justice a si souvent refusé de poursuivre les vendeurs, dont les actes tombent si évidemment sous le coup de la loi pénale.

Si la tendance générale à l'égard des vendeurs à monopole est l'indulgence, il arrive cependant que leur activité soit sanctionnée pénalement, et nous trouvons là un exemple des contradictions de la jurisprudence ; malheureusement, les décisions qui nous intéressent sont toutes assez anciennes, et il se peut que l'arrêt précité de la Cour de Paris (2) donne naissance à un courant qu'il sera bien difficile de remonter.

(1) L'escroquerie est punie d'un emprisonnement de un à cinq ans et d'une amende de 1 000 à 10 000 francs ; la tromperie, d'après l'article premier de la loi du 1^{er} août 1905, est punie d'un emprisonnement de trois mois à un an et d'une amende de 100 à 5 000 francs.

(2) Voir page 113, référence en note.

Prises à part et considérées en elles-mêmes, les manœuvres qui préparent et accompagnent la vente ont été l'objet des décisions les plus nettes, s'agissant de ventes à monopoles ou de ventes ordinaires.

Par exemple, l'annonce d'un contrat de dépôt au moment même où l'on offre à la signature du commerçant une facture ou un bon d'achat (1), l'usage de papier à lettre à en-tête mensonger (2), des insertions publicitaires faites dans les journaux en termes ambigus, relatives à des transactions permettant d'espérer des bénéfices chimériques (3) tombent sous le coup de l'article 405 du Code pénal. La vente d'un produit médiocre, n'ayant aucune des qualités extraordinaires indiquées dans les prospectus, est punie par l'article 423 du Code pénal (dont les dispositions ont été remplacées et renforcées par celles de la loi du 1^{er} août 1905) (4).

D'autre part, plusieurs cas de vente à monopole frauduleuses proprement dites ont fait l'objet de décisions sévères, mais toutes, à notre connaissance, assez anciennes.

Un jugement du Tribunal correctionnel de Montbrison, confirmé par la Cour d'Appel de Lyon (5), analyse par-

(1) Cass. Crim., 14 mai 1881. *D.*, 1882, 1, 89.

(2) Cass. Crim., 5 juin 1908. *Bull. Crim. Cass.*, 1908, n° 238.

(3) Cass. Crim., 7 mai 1910. *Bull. Crim. Cass.*, 1910, n° 248.

(4) Poitiers, 6 avril 1900. *Gaz. Pal.*, 1900, 1, 713. Le prévenu n'était autre que le sieur Mossé, habitué de la vente frauduleuse, et relaxé par la Cour de Paris le 11 février 1931 (voir p. 113), motif pris de ce que la vente à monopole ne tombe pas sous le coup de la loi pénale !

(5) Trib. Corr. Montbrison, 10 novembre 1890. *Mon. Jud. Lyon*, 21 novembre 1890. Confirmé par Lyon, 14 janvier 1891. Le tribunal apprécie les faits de la façon suivante :

« Attendu que ces agissements, habilement calculés, constituent les manœuvres frauduleuses spécifiées par l'article 405, et lesquelles ont eu pour but de faire naître l'espérance d'un succès imaginaire ou d'un événement chimérique ; attendu en effet que les allégations mensongères ne sont pas restées à l'état de vagues promesses, mais ont été appuyées par les faits extérieurs suivants : 1° production d'une affiche arrangée de façon à faire croire à un dépôt ; 2° de la rédaction insidieuse du bulletin constatant la convention, dont les premières lignes, ne visant que la concession du monopole, faisaient également présumer un simple dépôt ;

faitement le caractère délictuel d'une vente frauduleuse de vins, et prononce une condamnation encore aggravée par la Cour.

La Chambre criminelle de la Cour de Cassation a eu à se prononcer par deux fois sur des ventes à monopole frauduleuses. Dans un arrêt de 1893, elle n'hésite pas à qualifier d'escroqueries les agissements du directeur d'une société fictive qui faisait signer des contrats de vente ferme présentés comme contrats de dépôt (1) ;

3° de l'attitude de M... empêchant F... d'écouter et d'entendre ce qui était dicté par C... à la fille de F..., à laquelle il faisait écrire l'approbation d'un achat ferme ; qu'à l'aide de ces manœuvres caractérisées pour faire croire à la concession d'un monopole et d'un dépôt les deux inculpés ont obtenu de F... la souscription et la remise d'un titre d'achat au lieu d'un titre de dépôt et de commission verbalement convenu ; que par cette substitution ils ont escroqué au préjudice de F... la somme de 459 francs, prix de la vente extorquée... »

Condamnation à deux mois de prison et 200 francs d'amende, élevée, sur appel du Parquet, à quatre mois.

(1) Cass. Crim., 3 novembre 1893. *D.*, 1896, 1, 220. Les attendus sont aussi explicites que possible. On y relève notamment :

« Que pour déterminer leur consentement (des acheteurs) il leur faisait valoir les avantages du monopole qu'il leur concédait, leur promettant de supporter tous les frais de publicité nécessaire, et de reprendre les produits en flacons qui ne seraient pas vendus. — Que, lorsqu'il voyait ses interlocuteurs suffisamment amorcés, il leur faisait signer un traité fort habilement rédigé, qui portait en gros caractères le titre de concession de privilège, dont l'ensemble des clauses paraissait se rapporter à un contrat de dépôt, mais qui en réalité était un contrat de vente ferme, dont il exigeait ensuite l'exécution en dépit des protestations et de la résistance des négociants victimes de sa déloyauté ; qu'il s'arrangeait de façon que les dupes ne pussent pas lire le traité imprimé qu'il leur présentait, ou tout au moins qu'elles le lussent à la hâte ; que tantôt il choisissait pour le leur faire signer le moment où elles étaient occupées, prétextant au besoin qu'il était lui-même pressé de partir ; que tantôt il savait, par des remarques habiles, détourner leur attention au moment opportun ; que parfois même c'était lui qui faisait du traité une lecture incomplète ; qu'enfin, pour leur enlever toute cause de soupçon, il ne manquait jamais d'ajouter en leur présence, en marge du contrat, une clause qui, en leur reconnaissant le droit de rendre les flacons non vendus, achevait de leur donner la conviction qu'il s'agissait d'un dépôt ; que l'arrêt qualifie cette clause d'ambiguë et d'illusoire, et qu'il constate en même temps que Bomsel a ainsi touché de quarante-deux négociants. 1 037 francs, et commis dix-sept tentatives qui n'ont échoué que parce que les dix-sept commerçants, tout en ayant signé, ont refusé de payer. — Attendu qu'en qualifiant ces faits de manœuvres frauduleuses ayant eu pour but et pour effet de faire naître la fausse espérance d'un succès, d'un gain ou

les attendus de l'arrêt, très fortement motivés, et tenant compte des moindres circonstances, permettent d'affirmer que la Cour suprême a entendu considérer la vente à monopole frauduleuse comme une escroquerie. Un second arrêt de 1897 (1), rendu dans une espèce analogue, montre que la Chambre criminelle a pris position d'une façon ferme, et qu'elle a voulu que la jurisprudence fût fixée.

Comment, dans ces conditions, et après que la Cour de Cassation eut donné à la question une solution positive indiscutable, se fait-il que les parquets et les juges d'instruction aient persisté à considérer la vente frauduleuse comme une irrégularité bénigne ? Comment se fait-il qu'une haute juridiction comme la Cour d'Appel de Paris ait pu dire de cette pratique qu'elle était « regrettable », sans plus, affirmant d'autre part avec force qu'elle ne constituait en rien une escroquerie, s'opposant en cela à la jurisprudence de la Cour suprême ?

Il faut espérer qu'un revirement se produira, et que la justice répressive saura châtier sévèrement les professionnels de la vente à monopole frauduleuse, que seule la menace de sanctions pénales très sévères pourra intimider.

d'un événement chimérique, et en appliquant par suite à Bomsel la peine du délit d'escroquerie, l'arrêt attaqué, loin de violer les articles sus-visés, n'en a fait, au contraire, qu'une juste application... »

(1) Cass. Crim., 11 novembre 1897. *D.*, 1898, 1, 256.

CONCLUSION

Nous nous sommes attaché, au cours de cette étude, à faire aussi nettement que possible le départ entre la vente à monopole de bonne foi, donc valable, et la vente à monopole frauduleuse, et nulle.

Cette dernière, nous l'avons vu, avait pris une telle extension que la notion d'une vente à monopole licite et rentrant dans le cadre d'une activité commerciale normale avait fait place, dans l'esprit des tribunaux, à l'idée d'une opération inévitablement dolosive.

C'était là une conception inexacte, et toutes les juridictions reconnaissent aujourd'hui que cette forme de vente constitue un contrat valable en soi, à condition qu'il soit exécuté de bonne foi.

Elle ne heurte aucune règle de notre Droit, et n'est en rien contraire à la Morale, non plus qu'au Droit naturel ; celui-ci est-il d'ailleurs autre chose que la Morale coulée dans le moule des principes les plus généraux et les plus élémentaires du Droit ? Quant à la morale commerciale, notre institution est largement contenue dans ses limites, qui englobent, comme chacun sait, un plus vaste champ d'activité. Ce n'est pas en effet parce que la vente à monopole comporte un enchevêtrement d'obligations réciproques assez complexe qu'il faudrait la soupçonner *a priori* d'être teintée d'irrégularité. Les obligations sont multiples, il est vrai, mais elles se balancent, et forment un ensemble équilibré.

Quant à son utilité pratique, elle est indiscutable.

Pour le fabricant qui désire placer un produit nouveau sans recourir à une coûteuse campagne de « lancement », et pour le modeste détaillant à qui elle permettra d'acquérir une notoriété locale ou régionale, la vente à monopole est une excellente combinaison.

Mais, de même que toute vente, de même que tout contrat, elle peut être dénaturée par la mauvaise foi des deux parties. On oublie trop souvent que l'acheteur peut, lui aussi, être malhonnête, et les magistrats ont eu à connaître d'espèces où le préjudice était causé aux vendeurs. Toutefois, c'est parmi ces derniers qu'on trouve l'intention frauduleuse dans la plupart des cas.

Après avoir quelque peu tâtonné au début, leur religion étant parfois surprise par les apparences irréprochables que les vendeurs de mauvaise foi savent donner à leurs transactions, les tribunaux ont réprimé vigoureusement les ventes dolosives. La théorie de la pollicitation, la théorie de l'inexistence, la théorie des vices du consentement, la théorie de la garantie des vices cachés ont été invoquées pour étayer, au point de vue juridique, les décisions qui annulaient les contrats attaqués. Il semble cependant que l'on se tourne de plus en plus vers une dernière théorie, celle de la résolution judiciaire des contrats synallagmatiques pour inexécution de son obligation par l'un des contractants, exprimée par l'article 1184 du Code civil ; s'adaptant d'une façon quasi parfaite aux situations que crée la vente frauduleuse, elle donne la possibilité de sanctionner les agissements du vendeur sur la simple constatation de l'absence de la publicité promise, en résolvant le contrat et en condamnant la partie de mauvaise foi à des dommages-intérêts.

Ces derniers, malgré qu'ils soient nécessaires pour faire reculer ceux qu'on appelle les professionnels de la vente frauduleuse, ne sont que rarement prononcés par les juges, qui paraissent vouloir ainsi pénaliser la négligence

de l'acheteur, mais qui renoncent par là même à remplir leur rôle de défense sociale.

Dans un autre ordre d'idées, il est regrettable que, malgré une jurisprudence bien établie de la Cour de Cassation, qui estime que la vente à monopole frauduleuse constitue une escroquerie, la justice répressive se désintéresse de ce genre de délits. En effet, contrairement à l'affirmation contenue dans un arrêt relativement récent de la Cour d'Appel de Paris, il n'est pas contestable que les manœuvres employées par les vendeurs à monopole de mauvaise foi ou par leurs représentants tombent sous le coup de la loi pénale.

INDEX BIBLIOGRAPHIQUE

I. — JURISPRUDENCE

- DALLOZ. — *Répertoire alphabétique et supplément.*
— *Recueil périodique et critique de Jurisprudence, de Législation et de Doctrine.*
— *Recueil hebdomadaire de Jurisprudence.*
— *Codes annotés.*
SIREY. — *Recueil général des Lois et Arrêts.*
Gazette du Palais.
Gazette des Tribunaux.
La Loi.
Journal des Tribunaux de Commerce.
Recueils de Jurisprudence des Cours et Tribunaux de province.

II. — OUVRAGES GÉNÉRAUX

- AUBRY ET RAU. — *Cours de Droit civil français*, 6^e édit., 12 vol., Paris, 1935.
BAUDRY-LACANTINERIE. — *Précis de Droit civil*, 14^e édit., 3 vol., Paris, 1926.
A. COLIN et H. CAPITANT. — *Cours élémentaire de Droit civil français*, 8^e édit., 3 vol., 1935.
L. JOSSERAND. — *Cours de Droit civil positif français*, 3 vol., Paris, 1929.
M. PLANIOL et G. RIPERT. — *Traité pratique de Droit civil français*, 14 vol., Paris, 1925 à 1934.
LYON-CAEN et RENAULT. — *Manuel de Droit commercial*, Paris, 1928.
E. THALLER et J. PERCEROU. — *Traité élémentaire de Droit commercial*, 2 vol., Paris, 1931.
F. GOYET. — *Précis de Droit pénal spécial*, Paris, 1933.

III. — OUVRAGES SPÉCIAUX

- H. CAPITANT. — *De la cause des obligations*, 3^e édit., Paris, 1930.
- Journées de Droit civil en hommage à HENRI CAPITANT. — Mons, 10 et 11 juin 1938, *Étude de la Résolution judiciaire des contrats*.
- L. NAZ. — *Essai sur l'histoire de la résolution de la vente pour défaut de prix et son état dans le Droit français moderne*, Paris, 1870.
- G. DELAYEN, R. HOMBURG, G. CHOTIAU. — *Des marchés commerciaux*, Paris, 1927.
- J. VALERY. — *Les contrats par correspondance*, Paris, 1895.
- L. LAURENT-RICHARD. — *Vendeurs, Psychologie vécue*, Paris, 1930.
- J. SABATIE. — *La représentation commerciale. Notions de psychologie professionnelle et appliquée, à l'usage de tous les agents commerciaux*, 4^e édit., Paris, 1929.
- CODY. — *L'art de vendre*. Traduit de l'anglais par G. MIS, Paris, 1924.
- LOUIS ANGE. — *Savoir vendre. Principes et applications pratiques*, Bruxelles, 1930.
- ANDRÉ ROUAST. — La publicité frauduleuse et le Droit pénal, dans *Travaux de la Conférence de Droit pénal*, Paris, 1912.
- ROGER PICARD. — *Le Statut juridique des Représentants de commerce, Voyageurs et Placiers*, d'après la loi du 18 juillet 1937, Paris, 1939.

IV. — ARTICLES DE REVUES

- PICARD et PRUD'HOMME. — La Résolution judiciaire des Contrats pour inexécution des obligations, *Revue trimestrielle de Droit civil*, 1912, p. 61 et suivantes.
- GOMBEAUX. — Les Représentants de Commerce. *Annales de Droit commercial*, 1906, p. 89 et suivantes.
- AMiot. — La Vente à Monopole, *Annales de Droit commercial*, 1906, p. 293 et suivantes.

V. — THÈSES

- R. CASSIN. — De l'exception tirée de l'inexécution dans les rapports synallagmatiques et de ses relations avec le droit de rétention, la résolution et la compensation (*Thèse*, 1914).
- G. BOYER. — Recherches sur la résolution des contrats. Origine de l'article 1184 (*Thèse Toulouse*, 1924).
- LÉVY. — Résolution de plein droit des contrats (*Thèse Paris*, 1931).
- E. LEPELTIER. — La résolution judiciaire des contrats pour inexécution des obligations (*Thèse Caen*, 1934).
- SAGUES. — De la rupture des contrats par volonté unilatérale (*Thèse Paris*, 1937).
- CAVALIOTTI. — L'origine et l'évolution de la nullité fondée sur les vices du consentement (*Thèse Paris*, 1923).
- J. ROUSSEL. — De la vente commerciale (*Thèse Caen*, 1892).
- A. GAUBERT. — Des ventes maritimes (*Thèse Aix*, 1912).
- A.-F. HABER. — La vente à tempérament. La location-vente (*Thèse Paris*, 1931).
- P. ONDET. — Le représentant de commerce (*Thèse Poitiers*, 1926).

TABLE

INTRODUCTION.....	3
-------------------	---

PREMIÈRE PARTIE

DE LA FORMATION DU CONTRAT DE VENTE A MONOPOLE ET DE SES EFFETS

<i>Chapitre premier.</i> — CONDITIONS DE VALIDITÉ. — OBLIGATIONS DÉCOULANT DU CONTRAT.....	11
<i>Chapitre II.</i> — LA VENTE A MONOPOLE FRAUDULEUSE...	22
<i>Section 1.</i> — Les manœuvres frauduleuses	22
<i>Section 2.</i> — La vente à monopole frauduleuse dans l'activité commerciale	42

DEUXIÈME PARTIE

SANCTIONS DES OBLIGATIONS ENGENDRÉES PAR LE CONTRAT DE VENTE A MONOPOLE

<i>Chapitre premier.</i> — L'ACTION EN NULLITÉ	51
<i>Chapitre II.</i> — EFFETS DE L'ACTION EN NULLITÉ ...	92
<i>Chapitre III.</i> — LA RÉPRESSION	107
<i>Section 1.</i> — Les dommages-intérêts	108
<i>Section 2.</i> — Les poursuites pénales.....	113
<i>Conclusion</i>	121

